

# **SKRIPSI**

## **PERANAN DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KOTA PADANG DALAM MEMBANGUN KOMUNIKASI PUBLIK**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Meraih Gelar Sarjana (S1)  
Di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau



**Disusun Oleh :**

**ALHADI SYUKRI**  
**10775000302**

**JURUSAN ADMINISTRASI NEGARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTAN SYARIF KASIM  
RIAU  
2012**

## ABSTRAK

### PERANAN DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KOTA PADANG DALAM MEMBANGUN KOMUNIKASI PUBLIK

OLEH : ALHADI SYUKRI

*Kota Padang sebagai ibukota dari propinsi Sumatera Barat, menjadi pusat pemerintahan, pusat perdagangan dan jasa, pusat pendidikan dan gerbang pariwisata serta pusat informasi dan komunikasi di provinsi Sumatera Barat. Dinas komunikasi dan informatika kota Padang sebagai humas dari pemerintahan kota Padang untuk melakukan hubungan dan komunikasi dengan masyarakat. sebagai mana Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Padang yang ditunjuk sebagai Humas dari pemerintahan Kota Padang yang telah di atur didalam peraturan Walikota Padang No.32 tahun 2008 tentang penjabaran tugas dan fungsi Dinas Kominfo Kota Padang. Penelitian ini dilakukan di Kantor Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Padang yang tepatnya di area perkantoran Walikota Padang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peranan Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Padang Dalam Membangun Komunikasi Publik. Populasi dan sampel pada penelitian ini adalah semua pegawai Kantor Dinas Kominfo yang berjumlah 72 orang dan ditambah dengan beberapa orang masyarakat yang di mintai keterangan sebagai sumber data. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, kuisisioner dan wawancara. Sedangkan jenis data adalah data primer dan data sekunder. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang menggunakan pendekatan deskriptif. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa peran Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Padang belum maksimal dalam membentuk komunikasi dengan masyarakat kota Padang. hal ini dapat diketahui dari hasil kuisisioner, observasi dan wawancara yang dilakukan penulis dari pegawai Dinas Kominfo dan masyarakat kota Padang yang menyatakan pelayanan, motivasi, fasilitas dan lembaga klarifikasi belum terealisasi dengan sepenuhnya.*

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>

### **BAB I : PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan dan manfaat Penelitian .....	6
1.4 Sistematika Penulisan.....	7

### **BAB II : TELAAH PUSTAKA**

2.1 Pengertian Peranan .....	9
2.2 Pengertian komunikasi .....	10
2.3 Komunikasi Publik atau Humas .....	21
2.4 Operasional Variabel.....	32
2.5 Hipotesa.....	33

### **BAB III: METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Jenis Penelitian.....	34
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	35
3.3 Populasi dan Sampel .....	35
3.4 Sumber Data.....	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	36

3.6 Teknik Analisa Data.....	37
<b>BAB IV : GAMBARAN UMUM</b>	
4.1 Kondisi Geogrifi Kota Padang .....	38
4.2 Keadaan Penduduk Kota Padang .....	40
4.3 Latar Belakang Berdirinya Dinas Kominfo Kota Padang .....	41
4.4 Visi dan Misi Dinas Kominfo Kota Padang.....	44
4.5 Tujuan dan Sasaran Dinas Kominfo Kota Padang .....	45
4.6 Struktur Organisasi Dinas Kominfo Kota Padang .....	47
4.7 Program dan Kegiatan Dinas Kominfo Kota Padang.....	48
<b>BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
5.1 Identitas Responden .....	51
5.2 Analisis Data dan Pembahasan .....	54
5.3 Indikator Dalam Membangun Komunikasi Publik .....	76
<b>BAB VI : PENUTUP</b>	
6.1 Kesimpulan.....	80
6.2 Saran.....	81

**Daftar Pustaka**

**Lampiran-lampiran**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel I.1</b>	: Data Jumlah Kerusakan Rumah Penduduk Kota Padang Pasca Gempa Bumi Tahun 2009 .....	4
<b>Tabel IV.1</b>	: Jumlah Penduduk Perkecamatan Dikota Pang Tahun 2007 .....	40
<b>Tabel V.1</b>	: Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
<b>Tabel V.2</b>	: Distribusi Reponden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	52
<b>Tabel V.3</b>	: Distribusi Responden Berdasarkan Umur .....	53
<b>Tabel V.4</b>	: Jumlah Responden Pegawai Kantor Dinas Kominfo Kota Padang Berdasarkan Masa Kerja.....	55
<b>Tabel V.5</b>	: Distribusi Jawaban Responden Tentang Dinas Kominfo Selalu memberikan Informasi Yang Akurat.....	55
<b>Tabel V.6</b>	: Distribusi Jawaban Responden Tentang Peran Dinas Kominfo selalu memberikan informasi tepat waktu .....	56
<b>Tabel V.7</b>	: Distribusi Jawaban Responden Tentang Dinas Kominfo Mengikuti Peraturan Dalam Memberikan Informasi .....	57
<b>Tabel V.8</b>	: Distribusi Jawaban Responden Tentang Tanggapan Positif Masyarakat Terhadap Dinas Kominfo Dalam memberikan Informasi .....	58
<b>Tabel V.9</b>	: Distribusi Jawaban Responden Tentang Dinas Kominfo Yang Berperan Aktif Dalam Memberikan Motivasi.....	59
<b>Tabel V.10</b>	: Distribusi Jawaban Responden Tentang Tanggapan Masyarakat Terhadap Motivasi Yang Diberikan Dinas Kominfo .....	60

<b>Tabel V.11</b> : Distribusi Jawaban Responden Tentang Dinas Kominfo Yang Mengadakan Tinjauan Langsung Kelapangan .....	61
<b>Tabel.V.12</b> : Distribusi Jawaban Responden Tentang Peran Dinas Komnfo Dalam Memberikan Motivasi.....	61
<b>Tabel V.13</b> : Distribusi Jawaban Responden Tentang Pengadaan Sosialisasi Yang dilakukan Dinas Kominfo.....	63
<b>Tabel V.14</b> : Distribusi Jawaban Responden Tentang Dinas Kominfo Menanggapi Keluhan Masyarakat.....	63
<b>Tabel V.15</b> : Distribusi Jawaban Responden Tentang Penerimaan Fasilitas Yang Baik Oleh Masyarakat .....	64
<b>Tabel V.16</b> : Distribusi Jawaban Responden Tentang Dinas Kominfo Yang Memberikan Kontribusi Fasilitas Dalam Mempermudah Urusan Masyarakat .....	65
<b>Tabel V.17</b> : Distribusi Jawaban Responden Tentang Kejelasan Dinas Kominfo Dalam Mengadakan Klarifikasi.....	66
<b>Tabel V.18</b> : Distribusi Jawaban Responden Tentang Kontra Yang Dari Masyarakat Terhadap Dinas Kominfo.....	67
<b>Tabel V.19</b> : Distribusi Jawaban Responden Tentang Dinas Kominfo Selalu Menyaring Isu Yang Mengkelirukan.....	67
<b>Tabel V.20</b> : Distribusi Jawaban Responden Tentang Peran Dinas Kominfo Dalam Menginformasikan Kepada Masyarakat Untuk Tidak Menyebarkan Informasi Yang Keliru.....	68

<b>Tabel V.21</b> : Rekapitulasi Seluruh Jawaban Responden Tentang Pernyataan	
Yang diajukan Penulis Kepada Pegawai Dinas Kominfo Kota	
Padang .....	70

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Padang sebagai ibu Kota Propinsi Sumatera Barat, menjadi pusat pemerintah, pusat perdagangan dan jasa, pusat pendidikan dan gerbang pariwisata Sumatera Barat yang disebut sebagai pusat Informasi dan Komunikasi Sumatera Barat serta pusat pembentukan opini publik di Sumatera Barat. Pada umumnya media massa baik cetak maupun elektronik, dicetak dan disiarkan dari Kota Padang. Selain itu, *opinion leader*, seperti cendekiawan, teknokrat, akademisi dan LSM sebagai pembentuk opini publik pada umumnya berdomosili di Kota Padang. Maka dari itulah perlunya keberadaan suatu dinas yang mengelola dan menjalankan peran khususnya dalam bidang komunikasi dan informatika.

Dengan kondisi yang demikian, maka pengelolaan Bidang Komunikasi dan Informatika harus dilaksanakan atau dikelola oleh “Lembaga Dinas Daerah yang berdiri sendiri”. Pengelolaan Bidang Komunikasi dan Informatika diberikan pada Dinas Komunikasi dan Informatika (KOMINFO) Kota Padang Dimana salah satu tugas utama dari institusi ini adalah “Pencitraan” artinya mengembangkan citra positif organisasi kepada masyarakat agar dipercaya dan mendapat dukungan dari masyarakat, apalagi pada saat ini kita sedang membangun kembali kepercayaan masyarakat akibat krisis multi dimensi yang dihadapi.

Didalam RENSTRA Dinas Kominfo Kota Padang tahun 2009-2014 disebutkan bahwa Dinas Kominfo Kota Padang adalah juru bicara (Humas atau



*Public Relation*) pemerintah Kota Padang yang professional dan menguasai seluruh kebijakan pemerintah Kota Padang dan berbagai informasi yang diperlukan oleh warga Kota Padang. Sebagai Humas Pemerintah Kota Padang, Dinas Kominfo Kota Padang memiliki peran dan fungsi untuk memberikan pelayanan informasi, motivator, fasilitator, dan lembaga klarifikasi.

Untuk menjalankan peran dan fungsinya tersebut, tentu memerlukan keterampilan komunikasi yang baik. Dalam kegiatan Humas manusia adalah titik sentralnya, sedangkan tujuan utamanya adalah untuk membentuk citra/image dan kegiatannya dilakukan dengan komunikasi, Rosady Ruslan (2005). Keterampilan dalam berkomunikasi harus dimiliki oleh seorang praktisi Humas atau *Public Relation* (PR) selalu berkaitan dengan kegiatan komunikasi. Permasalahan yang penting diperhatikan bahwa seorang praktisi humas harus memiliki keterampilan berkomunikasi agar dapat menjalankan komunikasi yang efektif sehingga membentuk citra yang positif terhadap organisasi yang diwakilinya.

Kenyataan yang terjadi dilingkungan pemerintahan Kota Padang yang berlangsung saat ini belum sepenuhnya mencerminkan adanya *good governance* (pemerintahan yang baik). Terbukti dengan tidak harmonisnya hubungan antara pemerintah dengan masyarakat sehingga beberapa dari kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah Kota Padang rentan mendapat pandangan yang negatif dari masyarakatnya. Pandangan yang negatif tersebut dapat berbentuk penolakan terhadap setiap kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah. Diantara mereka yang tidak mendukung kebijakan ini bahkan ada yang melakukan aksi-

aksi demonstrasi sebagai tindak nyata dari penolakan yang mereka lakukan terhadap kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah Kota Padang tersebut.

Dalam setiap tahapan dikeluarkannya kebijakan tersebut, pemerintah selalu didampingi oleh Dinas Kominfo. Karena Dinas Kominfo telah diserahi tugas untuk menyampaikan segala informasi yang bersumber dari masyarakat kepada pemerintah dan sebaliknya kominfo juga harus menyampaikan informasi yang bersumber dari pemerintah kepada masyarakat. Dengan demikian Dinas Kominfo Kota Padang telah menjalankan tugas dan fungsinya sebagai yang tertera dalam RENSTRA Dinas Kominfo Kota Padang tahun 2009-2014, yaitu sebagai lembaga yang memberikan pelayanan informasi, motivator, fasilitator, dan lembaga klarifikasi.

Selain itu kenyataan yang terjadi dilapangan pasca gempa bumi yang terjadi di Kota Padang pada tahun 2009 kemaren, dimana dinas komunikasi dan informatika Kota Padang yang diserahi tugas sebagai humas Kota Padang yaitu penghubung langsung dengan masyarakat kota padang dalam pengambilan data dan fakta tentang kerugian atau pun kerusakan rumah penduduk pasca gempa di Kota Padang tersebut. Hal ini bertujuan agar pemerintah Kota Padang mendapatkan data yang konkrit tentang kerusakan rumah penduduk untuk dapat dilaporkan ke pemerintah pusat sebagai data pengajuan bantuan dana untuk merehabilitasi rumah penduduk yang rusak. Tapi dari kenyataanya setelah cairnya dana bantuan dari pemerintah pusat dan pemerintah daerah belum terealisasi dengan baik, hal ini dibuktikan dengan banyaknya masyarakat yang mengeluh karena tidak mendapatkan bantuan dana yang telah dialokasikan untuk korban

gempa disebabkan pendataan yang dilakukan oleh dinas kominfo Kota Padang kurang efektif. Penjelasan di atas dapat dilihat tabel dibawah ini sebagaimana peranan dinas komunikasi dan informatika sebagai alat birokrasi pelayanan bagi masyarakat, dalam tugasnya mendata kerusakan rumah penduduk pasca gempa di Kota Padang tahun 2009.

**Tabel 1.1 Data Jumlah Kerusakan Rumah Penduduk Kota Padang Pada Pasca Gempa Bumi Tahun 2009**

KECAMATAN	Jumlah Rumah Penduduk (Rusak)	Rumah penduduk		
		Terdata	Tidak Terdata	persentase
Lubuk kilangan	6858	6248	610	8,89%
Koto Tengah	23180	22132	1048	4,52%
Kuranji	14492	13412	1080	7,45%
Padang Selatan	6761	5549	1212	17,92%
Padang Barat	8804	7990	814	9,24%
Padang Utara	7858	6925	933	11,87%
Bungus Teluk	8152	7641	511	6,26%
Kabung	6166	5373	793	12,86%
Nanggalo	16417	15678	739	4,50%
Lubuk Begalung	4560	3885	675	14,80%
Pauh	3414	2997	417	12,21%
Padang Timur	6679	6014	665	9,95%
<b>Jumlah</b>	<b>113341</b>	<b>103844</b>	<b>9677</b>	<b>11,96%</b>

**Sumber Data : Dinas Kominfo Kota Padang**

Dari tabel di atas dapat kita ketahui bahwa Dinas Kominfo belum bekerja secara optimal karna terdapat beberapa rumah keluarga belum terdata. Dinas Kominfo dalam menjalankan tugas dan fungsinya belum memberikan antisipasi yang tinggi terhadap masyarakat, sehingga banyak warga yang melakukan

tindakan demonstrasi sebagai tindakan nyata atas penolakan terhadap kinerja pemerintah kota padang yang dijalankan oleh Dinas Kominfo Kota Padang . Belum optimalnya kinerja Dinas Kominfo Kota Padang dapat kita lihat bahwa masih banyak rumah masyarakat yang belum terdata itu disebabkan kurangnya ketelitian dari Dinas Kominfo untuk mendata rumah warga seperti yang tertera pada tabel di atas. Rumah warga yang belum terdata yang sangat dominan adalah pada Kecamatan Padang Selatan sebagaimana yang terlihat pada tabel di atas yaitu terdapat 1212 rumah warga yang belum terdata dari 5549 rumah warga di Kecamatan Padang Selatan atau 17,92%. Sedangkan rumah warga yang belum terdata paling sedikit adalah terdapat pada Kecamatan Nanggalo sebanyak 739 rumah dari 15678 rumah warga di Kecamatan Nanggalo atau 4,50%. Dari tabel di atas jelas sekali bahwa Dinas Kominfo belum menjalankan tugasnya secara optimal.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan mewawancarai beberapa orang masyarakat, wartawan, serta beberapa pegawai yang ada di Dinas Kominfo Kota Padang, terlihat bahwa akar dari permasalahan tersebut ada pada pemerintah dan masyarakat itu sendiri. Dimana pada saat pemerintah memberikan suatu informasi melalui Dinas Kominfo, informasi tersebut diberikan tanpa ada pengawasan dari pihak yang menyampaikan informasi, dan juga kurangnya minat dari masyarakat terhadap informasi yang disampaikan oleh pemerintahnya, hingga pada akhirnya masyarakat tidak merespon informasi tersebut dengan baik.

Walaupun Dinas Kominfo telah menjalankan perannya sebagai Humas Pemerintah Kota Padang untuk membangun komunikasi publik, namun sampai

saat ini masih ada kendala yang dihadapi oleh pemerintah Kota Padang terkait dengan masyarakat. Dimana hubungan ini belum terjalin secara harmonis antara pemerintah dengan warga.

Sehubungan dengan permasalahan di atas perlu dikaji lebih dalam bagaimana sesungguhnya kegiatan komunikasi publik yang dilakukan oleh Dinas Kominfo Kota Padang sebagai Humas Pemerintah Kota Padang dengan melihat **” Peranan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang Dalam Membangun Komunikasi Publik”**.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah *“Bagaimanakah peranan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang dalam membangun komunikasi publik”*

## **1.3. Tujuan Dan Manfaat Penelitian**

### **a. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian berdasarkan dari perumusan masalah di atas, adalah *“untuk mengetahui peranan Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Padang dalam membangun komunikasi publik”*.

### **b. Manfaat Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan hasilnya berguna sebagai berikut :

1. Secara teoritis, untuk memberikan kontribusi terhadap pengembangan konsep ilmu pengetahuan, khususnya yang berhubungan dengan Humas atau *Public Relations* (PR) dan komunikasi publik.
2. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat memberikan masukan kepada pemerintah Kota Padang dalam pengambilan kebijakan untuk masa yang akan datang.
3. Sebagai pijakan bagi peneliti lanjutan yang ada hubungannya dengan Humas dan Komunikasi Publik.

### **1.4. Sistematika Penulisan**

Sebelum diuraikan lebih lanjut tentang penulisan skripsi ini, maka dapat dilihat ringkasan isi tiap-tiap bagian sebagai berikut:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penelitian.

#### **BAB II : TELAAH PUSTAKA**

Bab ini menguraikan teori, pengertian dan menjelaskan mengenai Konsep Humas, Tugas dan Fungsi Dinas Komunikas dan Informatika, dan juga terdapat hipotesa.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini memaparkan lokasi penelitian, juga dan sumber data, variabel penelitian, metode pengumpulan data, populasi dan sampel serta analisa data.

**BAB IV : GAMBARAN UMUM**

Bab ini menjelaskan tentang Wilayah Kota Padang.

**BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan pembahasan dari skripsi tentang Peranan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang Dalam Membangun Komunikasi Publik.

**BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini merupakan bab penutup, dimana penulis mengambil beberapa kesimpulan dan saran-saran yang mungkin bermanfaat bagi pemimpin serta pegawai Kantor Dinas Kominfo dan Masyarakat Kota Padang dimasa yang akan datang.

## **BAB II**

### **TELAAH PUSTAKA**

#### **2.1. Pengertian Peranan**

Berdasarkan referensi yang telah terkumpul, belum ada persamaan persepsi tentang arti kata peranan. Dalam rangka menyatukan persepsi, maka berikut ini akan disajikan beberapa definisi tentang kata peranan. Menurut soejonoekanto (2005:243) peranan adalah *pertama*, merupakan aspek dinamis kedudukan apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajiban sesuai dengan kedudukannya dalam hal ia menjalankan suatu peranan. *Kedua*, peranan adalah karena ia mengatur perilaku seseorang dan peranan itu menyebabkan seseorang pada batas tertentu dapat meramalkan perbuatan-perbuatan orang lain. *Ketiga*, peranan adalah diatur norma-norma yang berlaku, misalnya norma kesopanan menghendaki agar seorang laki-laki bila berjalan bersama seorang wanita harus di sebelah luar.

Menurut miftah toha (2004:25) peranan dirumuskan suatu rangkaian perilaku yang tujuannya ditimbulkan karena suatu jabatan tertentu atau karena adanya suatu kantor yang mudah dikenal.

Sedangkan menurut kamus bahasa indonesia disebutkan bahwa yang dimaksud dengan peranan adalah suatu yang menjadi bagian atau yang memegang pimpinan yang terutama dalam terjadinya suatu hal atau peristiwa. Dengan demikian peranan mencakup paling sedikitnya dalam tiga hal yaitu:



1. Peranan meliputi norma-norma yang dihubungkan dengan posisi atau tempat dalam masyarakat.
2. Peranan merupakan suatu konsep atau perihal apa yang didapat oleh individu didalam masyarakat pada suatu organisasi.
3. Peranan juga dapat diartikan sebagai perilaku individu dalam struktur sosial masyarakat, (soejono soekanto 2005:244).

Berdasarkan pengertian-pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa peran adalah suatu komplek penghargaan seseorang terhadap cara menentukan sikap dan berbuat dalam situasi tertentu berdasarkan atas kedudukan tertentu dalam keadaan sosial tertentu.

## **2.2. Komunikasi**

### **A. Definisi**

Istilah komunikasi berasal dari kata Latin *Communicare* atau *Communis* yang berarti sama atau menjadikan milik bersama. Kalau kita berkomunikasi dengan orang lain, berarti kita berusaha agar apa yang disampaikan kepada orang lain tersebut menjadi miliknya.

Beberapa definisi komunikasi adalah:

1. Komunikasi adalah kegiatan pengoperan lambang yang mengandung arti/makna yang perlu dipahami bersama oleh pihak yang terlibat dalam kegiatan komunikasi (Astrid, 2003:67).
2. Komunikasi adalah kegiatan perilaku atau kegiatan penyampaian pesan atau informasi tentang pikiran atau perasaan (Roben.J.G, 2002:92).

3. Komunikasi adalah sebagai pemindahan informasi dan pengertian dari satu orang ke orang lain (Davis, 2001:43).
4. Komunikasi adalah berusaha untuk mengadakan persamaan dengan orang lain (Schram,W, 2002:31)
5. Komunikasi adalah penyampaian dan memahami pesan dari satu orang kepada orang lain, komunikasi merupakan proses sosial (Modul PRT, Lembaga Administrasi).

Dapat juga dijelaskan tentang cara berkomunikasi dalam masyarakat sosial lewat ayat alqur'an dibawah ini:

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا خَافُوا  
عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

*Artinya : “Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan di belakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan (tutur sapa) yang benar”  
(QS An-nisa' :9)*

Dalam arti ayat diatas,dapat disimpulkan bahwa untuk membentuk kesejahteraan masyarakat yang lemah,maka dibutuhkan komunikasi dengan perkataan dan tutur sapa yang baik agar tercipta pula komunikasi yang baik.

## B. Bentuk Komunikasi

Komunikasi sebagai proses memiliki bentuk :

### 1. Bentuk Komunikasi berdasarkan alat penghubung:

#### a. *Komunikasi langsung*

Komunikasi langsung tanpa menggunakan alat.

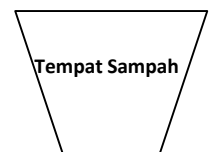
Komunikasi berbentuk kata-kata, gerakan-gerakan yang berarti khusus dan penggunaan isyarat, misalnya kita berbicara langsung kepada seseorang dihadapan kita.

A-----→←-----B

#### b. *Komunikasi tidak langsung*

Biasanya menggunakan alat dan mekanisme untuk melipat gandakan jumlah penerima penerima pesan (sasaran) ataupun untuk menghadapi hambatan geografis, waktu misalnya menggunakan radio, buku, dll.

Contoh : “ Buanglah sampah pada tempatnya →



### 2. Bentuk komunikasi berdasarkan besarnya sasaran :

#### a. *Komunikasi massa*, yaitu komunikasi dengan sasarannya kelompok orang dalam jumlah yang besar, umumnya tidak dikenal.

Komunikasi masa yang baik harus :

1. Pesan disusun dengan jelas, tidak rumit dan tidak bertele-tele
2. Bahasa yang mudah dimengerti/dipahami
3. Bentuk gambar yang baik
4. Membentuk kelompok khusus, misalnya kelompok pendengar (radio)

**b. *Komunikasi kelompok***

Adalah komunikasi yang sarannya sekelompok orang yang umumnya dapat dihitung dan dikenal dan merupakan komunikasi langsung dan timbal balik.

Perawat----- Ë Æ -----Pengunjung puskesmas

**c. *Komunikasi perorangan.***

Adalah komunikasi dengan tatap muka dapat juga melalui telepon.

Perawat----- Ë Æ -----Pasien

**3. Bentuk komunikasi berdasarkan arah pesan :**

**a. *Komunikasi satu arah***

Pesan disampaikan oleh sumber kepada sasaran dan sasaran tidak dapat atau tidak mempunyai kesempatan untuk memberikan umpan balik atau bertanya, misalnya radio.

A -----> B

***b. Komunikasi timbal balik.***

Pesan disampaikan kepada sasaran dan sasaran memberikan umpan balik. Biasanya komunikasi kelompok atau perorangan merupakan komunikasi timbal balik

**C. Jenis Komunikasi**

Pada dasarnya komunikasi digunakan untuk menciptakan atau meningkatkan aktifitas hubungan antara manusia atau kelompok

Jenis komunikasi terdiri dari:

1. Komunikasi verbal dengan kata-kata.
2. Komunikasi non verbal disebut dengan bahasa tubuh.

**1. Komunikasi Verbal** mencakup aspek-aspek berupa ;

- a. ***Vocabulary*** (perbendaharaan kata-kata). Komunikasi tidak akan efektif bila pesan disampaikan dengan kata-kata yang tidak dimengerti, karena itu olah kata menjadi penting dalam berkomunikasi.
- b. ***Racing*** (kecepatan). Komunikasi akan lebih efektif dan sukses bila kecepatan bicara dapat diatur dengan baik, tidak terlalu cepat atau terlalu lambat.
- c. ***Intonasi suara***: akan mempengaruhi arti pesan secara dramatik sehingga pesan akan menjadi lain artinya bila diucapkan dengan intonasi suara yang berbeda. Intonasi suara yang tidak proposional merupakan hambatan dalam berkomunikasi.

- d. ***Humor***: dapat meningkatkan kehidupan yang bahagia. Dugan (1989), memberikan catatan bahwa dengan tertawa dapat membantu menghilangkan stress dan nyeri. Tertawa mempunyai hubungan fisik dan psikis dan harus diingat bahwa humor adalah merupakan satu-satunya selingan dalam berkomunikasi.
- e. ***Singkat dan jelas***. Komunikasi akan efektif bila disampaikan secara singkat dan jelas, langsung pada pokok permasalahannya sehingga lebih mudah dimengerti.
- f. ***Timing*** (waktu yang tepat) adalah hal kritis yang perlu diperhatikan karena berkomunikasi akan berarti bila seseorang bersedia untuk berkomunikasi, artinya dapat menyediakan waktu untuk mendengar atau memperhatikan apa yang disampaikan.

## 2. Komunikasi Non Verbal

Komunikasi non verbal adalah penyampaian pesan tanpa kata-kata dan komunikasi non verbal memberikan arti pada komunikasi verbal.

Yang termasuk komunikasi non verbal :

### a. ***Ekspresi wajah***

Wajah merupakan sumber yang kaya dengan komunikasi, karena ekspresi wajah cerminan suasana emosi seseorang.

- b. ***Kontak mata***, merupakan sinyal alamiah untuk berkomunikasi. Dengan mengadakan kontak mata selama berinteraksi atau tanya jawab berarti

orang tersebut terlibat dan menghargai lawan bicaranya dengan kemauan untuk memperhatikan bukan sekedar mendengarkan. Melalui kontak mata juga memberikan kesempatan pada orang lain untuk mengobservasi yang lainnya.

- c. ***Sentuhan*** adalah bentuk komunikasi personal mengingat sentuhan lebih bersifat spontan dari pada komunikasi verbal. Beberapa pesan seperti perhatian yang sungguh-sungguh, dukungan emosional, kasih sayang atau simpati dapat dilakukan melalui sentuhan.
- d. ***Postur tubuh dan gaya berjalan***. Cara seseorang berjalan, duduk, berdiri dan bergerak memperlihatkan ekspresi dirinya. Postur tubuh dan gaya berjalan merefleksikan emosi, konsep diri, dan tingkat kesehatannya.
- e. ***Sound (Suara)***. Rintihan, menarik nafas panjang, tangisan juga salah satu ungkapan perasaan dan pikiran seseorang yang dapat dijadikan komunikasi. Bila dikombinasikan dengan semua bentuk komunikasi non verbal lainnya sampai desis atau suara dapat menjadi pesan yang sangat jelas.
- f. ***Gerak isyarat***, adalah yang dapat mempertegas pembicaraan . Menggunakan isyarat sebagai bagian total dari komunikasi seperti mengetuk-ngetukan kaki atau mengerakkan tangan selama berbicara menunjukkan seseorang dalam keadaan stress bingung atau sebagai upaya untuk menghilangkan stress.

#### D. Proses Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu proses yang mempunyai komponen dasar sebagai berikut :

***Pengirim pesan, penerima pesan dan pesan***

Semua fungsi manajer melibatkan proses komunikasi. Proses komunikasi dapat dilihat pada skema dibawah ini :

Gambar II.1 Proses Komunisasi

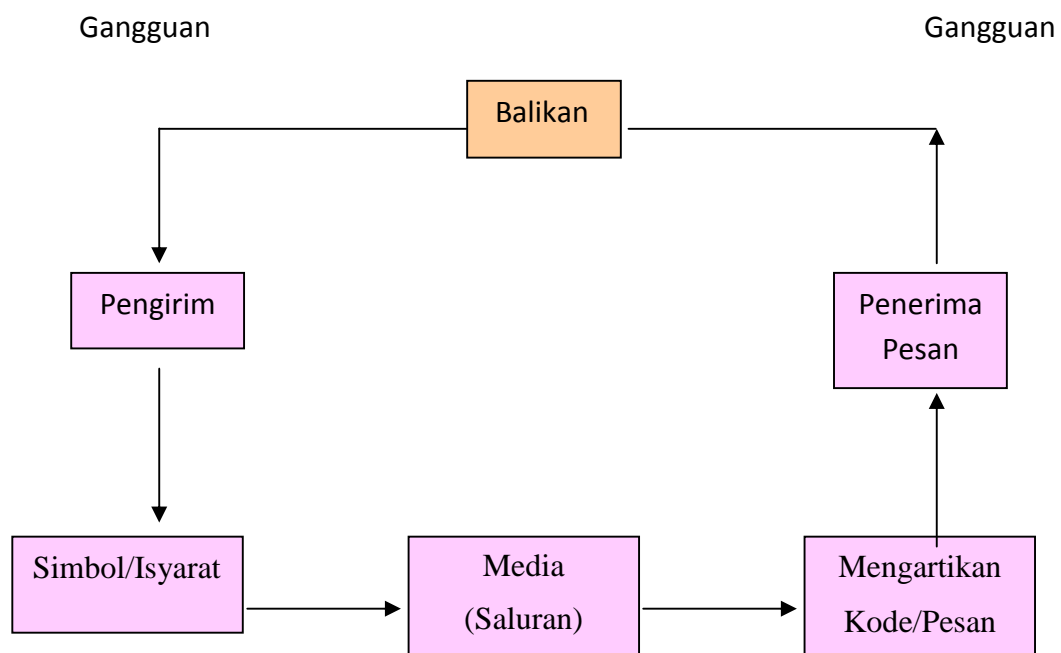


Diagram 1 : Proses Komunikasi



### **1. Pengirim pesan (*sender*) dan isi pesan/*materi***

Pengirim pesan adalah orang yang mempunyai ide untuk disampaikan kepada seseorang dengan harapan dapat dipahami oleh orang yang menerima pesan sesuai dengan yang dimaksudkannya. Pesan adalah informasi yang akan disampaikan atau diekspresikan oleh pengirim pesan. Pesan dapat verbal atau non verbal dan pesan akan efektif bila diorganisir secara baik dan jelas.

Materi pesan dapat berupa :

- a. Informasi
- b. Ajakan
- c. Rencana kerja
- d. Pertanyaan dan sebagainya

### **2. Simbol (*isyarat*)**

Pada tahap ini pengirim pesan membuat kode atau simbol sehingga pesannya dapat dipahami oleh orang lain. Biasanya seorang manajer menyampaikan pesan dalam bentuk kata-kata, gerakan anggota badan, (tangan, kepala, mata dan bagian muka lainnya). Tujuan penyampaian pesan adalah untuk mengajak, membujuk, mengubah sikap, perilaku atau menunjukkan arah tertentu.

### **3. Media (*penghubung*)**

Adalah alat untuk penyampaian pesan seperti ; TV, radio surat kabar, papan pengumuman, telepon dan lainnya. Pemilihan media ini dapat

dipengaruhi oleh isi pesan yang akan disampaikan, jumlah penerima pesan, situasi dsb.

#### **4. *Mengartikan kode (isyarat)***

Setelah pesan diterima melalui indera (telinga, mata dan seterusnya) maka si penerima pesan harus dapat mengartikan simbol/kode dari pesan tersebut, sehingga dapat dimengerti /dipahaminya.

#### **5. *Penerima pesan***

Penerima pesan adalah orang yang dapat memahami pesan dari sipengirim meskipun dalam bentuk code/isyarat tanpa mengurangi arti pesan yang dimaksud oleh pengirim

#### **6. *Balikan (feedback)***

Balikan adalah isyarat atau tanggapan yang berisi kesan dari penerima pesan dalam bentuk verbal maupun nonverbal. Tanpa balikan seorang pengirim pesan tidak akan tahu dampak pesannya terhadap sipenerima pesan. Hal ini penting bagi manajer atau pengirim pesan untuk mengetahui apakah pesan sudah diterima dengan pemahaman yang benar dan tepat. Balikan dapat disampaikan oleh penerima pesan atau orang lain yang bukan penerima pesan. Balikan yang disampaikan oleh penerima pesan pada umumnya merupakan balikan langsung yang mengandung pemahaman atas pesan tersebut dan sekaligus merupakan apakah pesan itu akan dilaksanakan atau tidak

Balikan yang diberikan oleh orang lain didapat dari pengamatan pemberi balikan terhadap perilaku maupun ucapan penerima pesan. Pemberi balikan

menggambarkan perilaku penerima pesan sebagai reaksi dari pesan yang diterimanya. Balikan bermanfaat untuk memberikan informasi, saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan dan membantu untuk menumbuhkan kepercayaan serta keterbukaan diantara komunikan, juga balikan dapat memperjelas persepsi.

### **7. Gangguan**

Gangguan bukan merupakan bagian dari proses komunikasi akan tetapi mempunyai pengaruh dalam proses komunikasi, karena pada setiap situasi hampir selalu ada hal yang mengganggu kita. Gangguan adalah hal yang merintangikan atau menghambat komunikasi sehingga penerima salah menafsirkan pesan yang diterimanya.

### **E. Tujuan Komunikasi**

Hewitt (2001:65), menjabarkan tujuan penggunaan proses komunikasi secara spesifik sebagai berikut:

1. Mempelajari atau mengajarkan sesuatu
2. Mempengaruhi perilaku seseorang
3. Mengungkapkan perasaan
4. Menjelaskan perilaku sendiri atau perilaku orang lain
5. Berhubungan dengan orang lain
6. Menyelesaian sebuah masalah
7. Mencapai sebuah tujuan
8. Menurunkan ketegangan dan menyelesaikan konflik

### 2.3. Komunikasi Publik atau Humas (*Publik Relations*)

Sepuluh tahun belakangan peran dan kedudukan Humas mendapat perhatian khusus, terutama pada lembaga non pemerintah seperti Perusahaan, Bank, atau Lembaga Produksi barang maupun jasa. Saat ini, lembaga sudah sangat menyadari arti penting dari keberadaan Humas, bahkan Humas dapat menjadi tulang punggung bagi lembaga swasta tersebut.

*International Public Relations Association* (IPRA) 1987 dalam Rosady Ruslan (2005:16) menyatakan definisi Humas atau *Public Relations* (PR) sebagai berikut : “Fungsi manajemen yang khas yang mendukung pembinaan, pemeliharaan, jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktifitas komunikasi, pengertian dan penerimaan dan kerjasama melibatkan manajemen dalam menghadapi permasalahan/persoalan, membantu manajemen untuk mampu menanggapi opini publik, mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, bertindak sebagai peringatan dini dalam mengantifikasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama”.

Jefkins (2002:2) memberikan batasan dalam mendefinisikan Humas yaitu : Sesuatu yang merangkai keseluruhan komunikasi yang terencana, baik kedalam maupun keluar antara suatu organisasi kepada semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.

Kata Humas sering diganti dengan berbagai istilah lain seperti, *public relations*, *corporade relations*, *public affaires*, *public information*, *public*

*communications* dan rumah sakit biasanya menggunakan *Hospital Relations*. Sedangkan lembaga pendidikan seperti universitas biasa menggunakan istilah *University Advancement*. Namun, apapun istilah yang digunakan, konsep dasar fungsi Humas pada dasarnya sama pada setiap organisasi, apakah organisasi besar atau kecil, lokal atau global.

Edwar L. Bernay, dalam bukunya *The Engineering of Consent* (2003:32) sebagaimana yang dikutip oleh Marissan (2008:7), mendefinisikan Humas sebagai kegiatan pembujuk publik untuk memiliki pengertian yang mendukung serta memiliki niat baik. Sementara itu, *The British Institute Of Public Relations* dalam Marissan (2008:7) mendefinisikan Humas sebagai suatu upaya untuk membangun dan mempertahankan saling pengertian antara organisasi dan publiknya. Selanjutnya Cutlip Center Broom dalam Marissan (2008:7) mendefinisikan Humas sebagai usaha terencana untuk mempengaruhi pandangan melalui karakter yang baik serta tindakan yang bertanggung jawab, didasarkan atas komunikasi 2 arah yang saling memuaskan.

Fungsi Humas atau *Public Relation* (PR) menjadi penting sebagai fungsi fasilitator dalam rangka menginformasikan atau mempengaruhi masyarakat untuk suatu tujuan tertentu dari perusahaan atau organisasi. Setiap kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh Humas atau *Public Relation* (PR) adalah untuk mengumpulkan dan pendistribusian informasi, terlebih lagi pada era reformasi dan globalisasi seperti saat sekarang ini yang berbasis teknologi dan informatika yang ditandai dengan kecanggihan teknologi dibidang telekomunikasi, komunikasi menjadi penentu dari terbentuknya citra positif pemerintah dimata masyarakat.

Tanpa kita sadari, peranan Humas dan organisasi pemerintah akan semakin terabaikan, untuk menyadari dan memahami kedudukan dan fungsi humas dalam melakukan komunikasi publik dilembaga pemerintahan dapat dilihat pendapat dari beberapa ahli seperti, Linggar Anggoro (2005:1) menyatakan bahwa : “Pada dasarnya Humas merupakan terjemahan bebas istilah *Public Relations* (PR). Kedua istilah tersebut sering dipakai secara bergantian. Humas merupakan bidang dan fungsi tertentu yang diperlukan oleh setiap organisasi, baik organisasi yang bersifat komersial (perusahaan) maupun non komersial. Kebutuhan akan Humas tidak bisa dicegah, karena Humas merupakan salah satu elemen sebagai sumber informasi terpercaya kini semakin terasa pada era globalisasi yang “banjir informasi”. Humas sudah dikenal dan dipraktekkan orang sejak berabad-abad yang lalu”.

**Didalam Peraturan Wali Kota Padang No. 32 Tahun 2008 tentang penjabaran tugas pokok dan fungsi Dinas komunikasi dan informatika, kehumasan** diartikan sebagai : “Kegiatan-kegiatan yang meliputi penyiapan pelaksanaan jumpa pers tentang kebijakan pemerintah Kota Padang melalui media massa, penyiapan bahan untuk memberikan tanggapan (hak jawab) kota terhadap surat-surat pembaca dan pemberitaan yang keliru dimedia massa, serta penciptaan hubungan yang harmonis secara timbal balik dengan insan pers, masyarakat dan lembaga sosial lainnya”.

Disamping itu, peraturan tersebut juga disebutkan bahwa dilingkungan PEMKO Padang, Humas diwakili oleh suatu badan pemerintahan yang disebut badan Komunikasi dan Informatika (Kominfo) Kota Padang. Dinas Kominfo Kota

Padang memiliki tugas untuk menyampaikan segala informasi mengenai tindakan atau kebijakan yang dilakukan atau dikeluarkan oleh PEMKO Padang kepada masyarakat.

Lebih khusus tugas dan fungsi dinas Kominfo adalah sebagai berikut :

1) Tugas pokok

Berdasarkan **Peraturan Daerah Kota Padang No. 16 Tahun 2008**

Dinas Komunikasi dan Informatika mempunyai tugas pokok melaksanakan urusan pemerintahan daerah dibidang komunikasi dan informatika serta tugas pembantuan.

2) Fungsi

Berdasarkan **Peraturan Daerah Kota Padang No. 16 Tahun 2008**

Dinas Kominfo mempunyai fungsi sebagai berikut :

- a. Perumusan kebijakan teknis dibidang komunikasi dan informatika.
- b. Penyelenggaraan urusan pemerintah dan pelayanan umum dibidang komunikasi dan informatika.
- c. Pembinaan dan pelaksanaan urusan dibidang komunikasi dan informatika .
- d. Pembinaan unit pelaksanaan teknis dinas.
- e. Pelaksanaan tugas yang lain yang diberikan oleh Walikota sesuai dengan fungsi dan tugasnya.

Segenap kegiatan yang digunakan oleh organisasi (komersial maupun non-komersial) untuk menciptakan suatu sikap dan tanggapan yang baik (citra). Secara

timbal balik dengan pihak luar terhadap organisasi agar tercipta hubungan yang harmonis antara organisasi dengan khalayaknya melalui proses komunikasi.

Selanjutnya tugas dan fungsi dinas kominfo dalam membangun komunikasi dengan public sebagai penghubung antara pemerintah dengan masyarakat antara lain adalah:

1. Pelayanan Informasi

Yaitu memberikan pelayanan berbentuk informasi kepada masyarakat agar masyarakat mengetahui dan mengerti tentang apa yang seharusnya mereka lakukan dan mereka butuhkan.

2. Motivator

Yaitu berperan sebagai lembaga yang memberikan motivasi kepada masyarakat.

3. Fasilitator

Yaitu lembaga yang berperan dalam memfasilitasi kebutuhan masyarakat dalam membentuk hubungan yang positif antara pemerintah dengan masyarakat.

4. Lembaga Klarifikasi

Yaitu lembaga yang berperan untuk mengklarifikasi dan memperjelas suatu permasalahan yang dianggap rancu dan dianggap menimbulkan konflik baik terhadap pemerintah maupun masyarakat.



Selanjutnya, menurut Edward L. Bernay (Rosady Ruslan, 2005:18) terdapat tiga fungsi Humas yaitu :

1. Memberikan penerangan kepada masyarakat.
2. Melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung.
3. Berupaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan atau lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya.

Sementara itu, menurut Rosady Ruslan (2004:62), fungsi dan peranan Humas secara umum ada 6 yaitu:

1. Sebagai pelayanan informasi dalam penyampaian (*Intermediator*) keputusan atau kebijakan yang dikeluarkan oleh lembaga resmi atau pejabat yang diwakilinya.
2. Bertindak mewakili “tokoh” untuk berhadapan atau berbicara (*Communicator*) kepada publik melalui media pers.
3. Menyelenggarakan hubungan baik (*Relationship*) dengan berbagai kalangan public (*Internal and Eksternal Public Relations*) dan memfasilitasi masyarakat menuju perkembangan dan kemajuan (*fasilitator*)
4. Berupaya melindungi nama baik atas lembaga yang diwakilinya (*Back Up Management*) untuk terhindar dari kesalahan informasi yang menimbulkan pertikaian.
5. Sebagai nara sumber dalam memotivasi dan menciptakan citra yang baik (*Good News Resource and Image Marker*).

6. Secara professional, pejabat Humas (juru bicara) harus mampu bertindak secara etis, sesuai dengan kode etik dan etika professional kehumasan.

Lembaga pemerintah sebagai salah satu pelaku pembangunan, perlu melakukan interaksi dengan masyarakatnya secara terus menerus. Dalam arti kata, bahwa setiap pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah selayaknya dikomunikasikan kepada masyarakat selaku klien dan partisipator. Jadi dapat disimpulkan bahwa setiap kegiatan organisasi (baik pemerintah maupun swasta) yang berkaitan dengan masyarakat banyak, selayaknya di informasikan dan disosialisasikan kepada sasaran. Agar setiap kebijakan yang dibuat oleh organisasi dapat dipahami, dimengerti dan dilaksanakan secara sadar, baik dan benar oleh kelompok sasaran.

Selanjutnya, menurut Cultip Center Broom (Morissan, 2008:13-31), Humas memiliki ruang lingkup yang mencakup enam kegiatan berikut :

1. *Publisitas*

Kata publisitas berasal dari bahasa Inggris "Publicity" yang artinya adalah informasi yang berasal dari sumber luar yang digunakan media massa karena sumber tidak dapat dikontrol humas dalam hal penempatan pesan di media massa karena sumber tidak membayar media untuk memuat berita yang bersangkutan. Jadi dapat dikatakan bahwa publisitas yaitu kegiatan menempatkan berita mengenai seseorang, organisasi atau perusahaan di media massa. Dengan kata lain, publisitas adalah upaya orang atau organisasi agar kegiatannya diberitakan oleh media massa. Publisitas lebih menekankan pada proses komunikasi satu arah, sedangkan humas adalah komunikasi dua arah. Humas menjadikan publisitas sebagai salah satu alat untuk melaksanakan kegiatannya.

Mungkin banyak orang tidak mengira bahwa sebagian besar berita atau informasi yang disebar luaskan media massa merupakan hasil kerja Humas, karena sebagian besar berita massa ternyata berasal dari informasi yang disampaikan Humas suatu organisasi atau perusahaan.

## 2. Pemasaran

Banyak orang saat ini sulit membedakan antara fungsi humas dengan fungsi pemasaran (marketing). Pada beberapa perusahaan kecil, pekerjaan Humas dan pemasaran dilakukan oleh orang yang sama tanpa membedakan kedua fungsinya. Bagi organisasi bisnis, harus diberdayakan untuk mencapai target pemasaran yang sudah ditetapkan. Dengan demikian, fungsi humas pada organisasi bisnis akan selalu dimonitor dan dievaluasi secara terus menerus sebagaimana fungsi bagian lain seperti pemasaran, keuangan dan produksi dengan tujuan akhir, yaitu mencapai target yang sudah ditetapkan oleh manajemen perusahaan.

Dalam praktiknya, pekerjaan bagian pemasaran adalah untuk menarik dan memuaskan kliennya atau pelanggan (*costumer*) agar dapat membangun dan mempertahankan pasar bagi produk berupa barang atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Untuk melakukan hal tersebut, maka bagian pemasaran membutuhkan publisitas untuk menjalin hubungan yang baik antara perusahaan dengan pelanggannya, yang sering disebut dengan istilah hubungan pemasaran (*Marketing Relations*) atau hubungan pelanggan (*Costumer Relations*). Biasanya orang humas lebih mengetahui bagaimana cara melakukan publisitas ini. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kegiatan publisitas merupakan upaya pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan ketertarikan pelanggan atas produk perusahaan.

## 3. *Public affairs*

Dapat didefinisikan sebagai bidang khusus public relations (PR) yang membangun dan mempertahankan hubungan dengan pemerintah dan komunitas lokal agar dapat mempengaruhi kebijakan publik. Dalam public affairs terdapat dua pihak yang menjadi fokus perhatiannya, yaitu pemerintah (pemerintah pusat dan daerah) dan masyarakat lokal. Organisasi/perusahaan harus menjalin hubungan yang harmonis dengan pemerintah, karena pemerintah yang mengeluarkan peraturan yang harus dipatuhi oleh perusahaan. Peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah itu merupakan salah satu bentuk kebijakan publik, dan setiap permasalahan pasti menginginkan agar kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah dapat mendapatkan keuntungan bagi organisasi/perusahaan mereka.

Untuk mempengaruhi kebijakan tersebut, maka *Public Affairs* bertugas untuk mempengaruhi kebijakan publik yang dapat mendukung tujuan perusahaan.

#### 4. Manajemen isu

Manajemen isu merupakan upaya organisasi atau perusahaan untuk melihat kecenderungan isu atau opini publik yang muncul ditengah masyarakat dalam upaya organisasi/perusahaan untuk memberikan tanggapan atau respon yang sebaik-baiknya. Tanggapan yang baik diperlukan agar isu atau opini publik tidak berkembang secara negatif, hingga merugikan perusahaan atau agar isu tersebut berkembang menjadi konflik yang tidak diinginkan oleh organisasi/perusahaan.

Pada prakteknya, banyak perusahaan besar yang membentuk unit tersendiri yang menangani manajemen isu, namun banyak pula yang membentuk semacam gugus tugas (*Task Forces*) dengan cara merekrut personil dari bagian humas. Mereka bertugas memberikan tanggapan terhadap berbagai kekhawatiran publik terhadap organisasi/perusahaan khususnya yang terkait dengan isu lingkungan.

#### 5. Lobi

Di Indonesia, hingga tahun 2005, hukum yang mengatur mengenai lobi masih belum ada. Dalam proses pembentukan undang-undang di Indonesia, kegiatan lobi diartikan sebagai pertemuan khusus antara partai politik (Fraksi) yang ada diparlemen untuk mencari jalan keluar atas pembahasan undang-undang yang mengalami jalan buntu.

Suatu organisasi/perusahaan perlu memiliki tim humas untuk melakukan pendekatan atau lobi dengan lembaga yang bertanggung jawab terhadap pembentukan hukum atau undang-undang baru dengan harapan undang-undang baru tersebut tidak akan merugikan organisasi/perusahaan yang bersangkutan. Orang yang melakukan lobi disebut *lobbyis*. Seorang *lobbyis* harus memahami proses pembentukan undang-undang, mengerti bagaimana lembaga pemerintah

bekerja dan mengenal dengan baik para anggota parlemen dan juga pejabat pemerintah.

#### 6. Hubungan investor

Frank Jefkins (Morissan, 2008:29) menyebutkan terdapat 8 khalayak utama Humas, salah satunya adalah para investor pasar uang atau masyarakat keuangan. Dengan demikian, fungsi hubungan investor yang dikenal dengan Investor Relations (IR) menjadi bagian dari fungsi humas. Menurut Cultip dan rekan (Morissan, 2008:30) tugas hubungan investor adalah meningkatkan nilai saham perusahaan dan mengurangi biaya modal dengan cara meningkatkan kepercayaan pemegang saham dan dengan membuat saham perusahaan menjadi menarik bagi para investor individu dan investor institusi serta para analis keuangan hubungan investor merupakan bidang khusus Humas dengan gaji dan bayaran tertinggi.

Humas merupakan bagian yang sangat penting yang harus ada dalam suatu organisasi/perusahaan karena tugas dan fungsinya sangat penting bagi perkembangan dan kelangsungan organisasi/perusahaan sekarang dan pada masa yang akan datang. Tanpa kehadiran Humas dalam suatu organisasi/perusahaan, maka organisasi/perusahaan tidak dapat mengontrol, baik masalah yang timbul dari dalam ataupun dari luar organisasi. Fungsi Humas tidak hanya berorientasi kepada khalayak didalam organisasi/perusahaan itu saja, tetapi ia juga bertugas untuk menjalin hubungan yang harmonis dengan khalayak diluar organisasi/perusahaan tersebut. Dilembaga pemerintah Humas hanya menjalankan 4 dari 6 lingkup yang dijabarkan oleh Cultip-Center-Broom (Morissan, 2008:13-31) yaitu: publisitas, *public affairs*, manajemen isu dan lobi.

Humas merupakan bagian yang sangat penting yang harus ada dalam suatu organisasi atau perusahaan karena tugas dan fungsinya sangat penting bagi perkembangan dan kelangsungan organisasi atau perusahaan sekarang dan pada masa yang akan datang. Tanpa kehadiran Humas dalam suatu

organisasi/perusahaan, maka organisasi atau perusahaan tidak dapat mengontrol, baik masalah yang timbul dari dalam ataupun dari luar organisasi. Untuk menjalankan keempat lingkup Humas tersebut, maka Humas dituntut untuk memiliki beberapa keterampilan dalam berkomunikasi. Hal ini diperkuat lagi dengan teori yang dikemukakan oleh Rosady Ruslan dalam bukunya “*Management Public Relations dan media komunikasi (konsep dan aplikasi)*” (2005:122), ia menyatakan bahwa :

1. Kemampuan untuk mengamati dan menganalisis suatu persoalan berdasarkan fakta dilapangan, perencanaan kerja, komunikasi dan mampu mengevaluasi suatu problematika yang dihadapinya.
2. Kemampuan untuk menarik perhatian, melalui berbagai kegiatan publikasi yang kreatif, inovatif, dinamis dan menarik bagi puliknya sebagai target sasaran.
3. Kemampuan untuk mempengaruhi pendapat umum, melalui kekuatan *Public Relations (Power Of The Public Relations)* dalam merekayasa pandangan atau opini publik (*crystallizing public opinion*) yang searah dengan kebijakan organisasi/instansi yang diwakilinya itu dalam posisi yang saling menguntungkan.
4. Kemampuan Humas atau *Pulik Relations (PR)* menjalin suasana saling percaya, toleransi, saling menghargai, *good will* dan lain sebagainya dengan berbagai pihak, baik publik internal maupun eksternal.

Dalam hal ini kita juga harus mengacu pada teori yang dikemukakan oleh Linggar Anggoro (2005:12). Menyatakan bahwa : “Kegiatan Humas dimaksudkan untuk menciptakan suatu pengertian, sikap dan tanggapan yang lebih baik dari khalayak terhadap produk,tindakan atau suatu organisasi secara keseluruhan.

Artinya, kegiatan Humas harus memiliki target atau sasaran yang akan dicapai untuk mengubah pandangan khalayak terhadap organisasi dari pandangan yang negatif menjadi pandangan yang positif, yang ditinjau dari berbagai aspek sebagai berikut :

1. Sikap antipati dari khalayak akan diupayakan untuk dapat menjadi sikap yang bersimpati. Maksudnya, setiap produk atau tindakan yang dikeluarkan atau diambil oleh organisasi dapat diterima dengan baik oleh khalayak. Kemudian pada akhirnya, khalayak tersebut akan memberikan respon yang baik terhadap organisasi.
2. Kecurigaan dari khalayak diupayakan agar menjadi penerimaan sehingga antara organisasi dengan khalayaknya dapat terjalin hubungan yang harmonis.
3. Sikap masa bodoh dari khalayak terhadap organisasi diupayakan agar menjadi sikap yang penuh minat. Artinya, khalayak merasa tertarik untuk mengetahui tentang produk, kegiatan atau suatu organisasi secara keseluruhan.
4. Kelalaian dari khalayak diupayakan untuk menjadi sikap yang penuh pengertian. Karena pada saat sekarang yang serba kompleks, setiap orang terdorong untuk mengabaikan banyak hal. Jika suatu organisasi diabaikan oleh khalayaknya, maka organisasi tersebut tidak akan bertahan lama. Untuk itulah setiap organisasi memerlukan fungsi humas untuk dapat merubah sikap atau pandangan yang negatif dari khalayak menjadi sikap/pandangan yang positif.

## 2.4. Operasional Variabel

Konsep operasional adalah petunjuk pelaksanaan bagaimana cara mengukur suatu variabel. Konsep operasional merupakan uraian dari konsep yang sudah dirumuskan dalam bentuk indikator-indikator sehingga akan memudahkan operasionalisasinya dari suatu penelitian. Berikut ini indikator dari peran Dinas Komunikasi dan Informatika dalam membangun komunikasi publik, yaitu sebagai berikut:

### 1. Pelayanan Informasi

Yaitu memberikan pelayanan berbentuk informasi kepada masyarakat agar masyarakat mengetahui dan mengerti tentang apa yang seharusnya mereka lakukan dan mereka butuhkan.

### 2. Motivator

Yaitu berperan sebagai lembaga yang memberikan motivasi kepada masyarakat.

### 3. Fasilitator

Yaitu lembaga yang berperan dalam memfasilitasi kebutuhan masyarakat dalam membentuk hubungan yang positif antara pemerintah dengan masyarakat.

### 4. Lembaga Klarifikasi

Yaitu lembaga yang berperan untuk mengklarifikasi dan memperjelas suatu permasalahan yang dianggap rancu dan dianggap menimbulkan konflik baik terhadap pemerintah maupun masyarakat.



## **2.5. Hipotesa**

Hipotesa adalah jawaban atau dugaan sementara terhadap rumusan masalah yang kebenarannya harus di buktikan melalui data yang terkumpul (sugiono, 2005:183). Berdasarkan uraian latar belakang perumusan masalah, penulis dapat mengambil hipotesis sebagai berikut :”diduga peran dinas komunikasi dan informatika kota Padang dalam membangun komunikasi publik belum maksimal, karena masih banyak masyarakat yang mengeluh tentang kinerja Dinas Kominfo Kota Padang”. Hal ini dinilai dari jawaban responden yang dimintai keterangan tentang hubungan masyarakat dengan pemerintah yang kurang harmonis.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian bidang komunikasi dan khususnya *Public Relations* (PR), periklanan, dan komunikasi visual adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, karena bidang komunikasi dan *public relations* selalu berhadapan dengan manusia (individual atau kelompok) yang memiliki jiwa, tanggapan, keinginan dan kemauan yang bebas. Penelitian kualitatif dapat digunakan untuk meneliti mengenai kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsional organisasi, peristiwa tertentu, pergerakan-pergerakan sosial dan hubungan kekerabatan dalam kekeluargaan.

Penelitian kualitatif dalam penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial yang perspektif partisipan yang mendalam, sehingga penelitian ini memaparkan secara mendalam peranan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang sebagai Humas Pemerintah Kota Padang dalam melakukan komunikasi publik dengan masyarakat yang ada di Kota Padang, sehingga masyarakat dapat menerima kebijakan atau tindakan yang diambil atau dikeluarkan oleh Pemerintah Kota Padang.

### **3.2. Lokasi Dan Waktu Penelitian**

#### **1. Lokasi**

Penelitian ini dilakukan di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang. Pemilihan lokasi penelitian ini karena Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang sebagai juru bicara (Humas atau *public relation*) Pemerintah Kota Padang memiliki arti penting dalam membangun komunikasi publik dengan masyarakat, sehingga tercipta citra positif terhadap pemerintah oleh daerah.

#### **2. Waktu Penelitian**

Waktu penelitian dilakukan agustus sampai november 2011.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2005:90).

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pegawai kantor Dinas KOMINFO yang berjumlah 72 orang.

#### **2. Sampel**

Pada penelitian ini penulis mengambil sampel dengan menggunakan metode sensus yaitu semua pegawai Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang dijadikan sebagai sampel, karena jumlah populasi pada penelitian ini sedikit yaitu 72 orang. Metode sensus adalah cara pengambilan sampel yang

semua anggota populasi diambil dijadikan sampel (**Narbuko, 2007:117**). Penulis menggunakan metode sensus dikarenakan jumlah anggota populasi sedikit. Selain itu pada penelitian ini penulis juga menambahkan masyarakat sebagai informan/sumber data. Dikarenakan informasi dari masyarakat sangat dibutuhkan dalam penelitian ini sebagai bahan penilaian kinerja dinas KOMINFO dalam membangun hubungan dengan masyarakat.

### **3.4. Sumber Data**

1. **Data primer** adalah data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dan sumber pertama dari aslinya atau dengan kata lain perolehan data melalui kegiatan menulis secara langsung kelokasi penelitian untuk mendapatkan data yang lengkap dan berkaitan dengan masalah yang diteliti (Suryabrata, 2003:39). Data ini berupa tanggapan responden dari penyebaran kuisioner, observasi lapangan dan hasil wawancara.
2. **Data sekunder** adalah data-data yang diperoleh penulis dari informasi, keterangan-keterangan berasal dari dokumen, laporan dan arsip dari pihak terkait.

### **3.5. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ada tiga teknik yaitu :

### **1. Teknik Observasi**

Melalui observasi, peneliti dapat memahami suatu permasalahan secara nyata atau secara langsung yang terjadi dilapangan secara utuh.

### **2. Kuisisioner**

Kuisisioner dilakukan dengan cara membuat pertanyaan beserta alternatif jawaban, dan diberikan kepada responden untuk dijawab oleh responden tersebut dengan tujuan agar memperoleh data yang diinginkan.

### **3. Wawancara**

Yaitu teknik yang digunakan untuk mendapatkan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab langsung dengan responden untuk memperoleh data atau informasi yang relevan dalam penelitian ini. Wawancara ini dilakukan tatap muka langsung dengan pegawai Kantor Dinas Kominfo dan juga masyarakat Kota Padang.

### **3.6. Teknik Analisa Data**

Teknik analisa data yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yaitu menggambarkan atau melukiskan secara sistematis data, karakteristik dilakukan dengan mengumpulkan data, menyusun, merangkum dan menganalisa serta menginterpretasikan kedalam hal yang sebenarnya sehingga dapat menghasilkan gambaran yang jelas, terarah dan menyeluruh dari masalah yang menjadi objek penelitian.

## **BAB IV**

### **GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN**

#### **4.1 Kondisi Geografi Kota Padang**

Pada awalnya luas Kota Padang adalah 33 km<sup>2</sup> , yang terdiri dari 3 Kecamatan dan 13 buah kampung , yaitu Kecamatan Padang Barat, Padang Selatan , padang Timur. Dengan undang – undang No 5 tahun 1979 dan peraturan pemerintah No 17 tahun 1980 tanggal 21 maret 1980 wilayah Kota Padang menjadi 694,96 km<sup>2</sup> yang terdiri dari 11 Kecamatan dan 193 kelurahan. Dengan dicanangkannya peleksanaan otonomi daerah sejak tanggal 1 Januari 2001 , maka wilayah administrative Kota Padang dibagi dalam 11 Kecamatan dan 103 Kelurahan.

Dari keseluruhan luas Kota Padang sebagian besar atau 52,52% berupa hutan yang dilindungi oleh pemerintah. Berupa bangunan dan perkarangan seluas 9,01% atau 62,63 km<sup>2</sup> sedangkan yang digunakan untuk lahan sawah seluas 7,52% atau 52,25 km<sup>2</sup> ([www.padang.go.id](http://www.padang.go.id) ) diakses 15 Mei 2009.

Selain di dratan pulau Sumatera , Kota Padang memiliki 19 buah pulau dimana yang tersebar adalah pulau Sikuai di Kecamatan Bungus Teluk Kabung seluas 38,6 km<sup>2</sup> , Pulau Toran di Keacamatan Padang Selatan seluas 25 km<sup>2</sup> dan pulau Pisang Gadang seluas 21,12 km<sup>2</sup> juga di kecamatan Padang Selatan. Kota Padang berada di sebelah Barat Bukit Bariasan dan dengan garis pantai sepanjang 68,126 km. Berlaokasi pada lembah di antara Bukit Barisan dan Samudera

Indonesia. Kota Padang sangat di pengaruhi oleh angin musim dan angin laut yang menyebabkan curah hujan yang tinggi yaitu 405,88 mm/bln , dengan rata – rata hari hujan 17 hari/bln pada tahun 2003.

Kota Padang disebut juga dengan Kota pantai karena sekitar 52,25 km<sup>2</sup> adalah perairan . Sebagai Kota pantai , Kota Padang terdiri atas dataran rendah yang terletak pada ketinggian 0 – 10 m diatas permukaan laut . Secara umum, Kota Padang terletak pada ketinggian yang berkisar 0 – 1,853 diatas permukaan laut. Daerah tertinggi adalah Kecamatan Lubuk Kilangan , sedangkan daerah lainnya terletak pada dataran tinggi , yaitu sebelah Selatan dan Timur. Secara tofografi Kota Padang terbagi atas 4 kategori yaitu :

1. Dataran datar ( lereng 0 – 2 %) seluas 15 .489 Ha
2. Dataran landai ( lereng 2 – 15 % ) seluas 5.028 Ha
3. Dataran bergelombang (lereng 15 – 40 %) seluas 14.212 Ha
4. Dataran terjal /perbukitan (lereng diatas 40 % )seluas 36.570 Ha.

Berdasarkan penyebaran tofografinya , lahan efektif Kota Padang berada pada tofografi yang berlereng 0 – 15 % dengan luas 20.514 Ha/ 29% dari luas wilayah Kota Padang . Daerah ini tersebar dari pinggiran pantai barat hingga wilayah timur kota .

Secara geologis , Kota Padang terdiri atas batuan Aluvium, gunung api , instrusi, Batu kapur, Metamorf, dan Formasi falepat . Suhu udaranya cukup tinggi yaitu antara 23° - 32°C pada siang hari dan pada malam hari adalah antara 22°- 28°C. Kelembabannya berkisar antara 78 - 81%.

Kota Padang adalah ibukota Provinsi Sumatera Barat terletak di pantai barat pulau Sumatera dan berada antara  $0^{\circ} 44' 00''$  dan  $1^{\circ} 08' 35''$  LS serta antara  $100^{\circ} 05' 05''$  dan  $100^{\circ} 34' 09''$  BT, dan panjang pantai sepanjang 84 km. Sebagai ibukota Provinsi , Padang menjadi pusat pemerintahan, pusat perdagangan, dan jasa, pusat pendidikan dan gerbang pariwisata Sumatera Barat yang disebut sebagai pusat informasi dan komunikasi Sumatera Barat serta pusat pembentukan opini publik di Sumatera Barat. Karena pada umumnya media massa baik cetak maupun elektronik , di cetak dan disiarkan dari kota Padang . Selain itu opini , leader, seperti cendekiawan, teknokrat, akademisi, dan juga sebagai pembentuk opini publik, umumnya berdomisili di Kota Padang.

#### 4.2 Keadaan Penduduk Kota Padang

Berdasarkan data badan pusat statistik pada tahun 2007 , jumlah penduduk Kota Padang adalah 838,190 jiwa dan jumlah penduduk kecamatan dapat dilihat pada table 4.1.

**Tabel IV.1**  
**Jumlah Penduduk kecamatan di Kota Padang tahun 2007**

NO	Kecamatan	Jumlah penduduk
1	Bungus Teluk Kabung	23.592
2	Lubuk Kilangan	42.585
3	Lubuk Begalung	104.323
4	Padang Selatan	61.967
5	Padang Timur	85.279
6	Padang Barat	60.102
7	Padang Utara	74.667
8	Nanggalo	57.523
9	Kuranji	117.694
10	Pauh	52.502
11	Koto Tangah	157.958
TOTAL		828.190

*Sumber : BPS Kota Padang, 2007*



Dari tabel tersebut terlihat bahwa Kecamatan Koto Tangah memiliki jumlah penduduk tersebar yaitu 157.956 jiwa dan yang paling sedikit adalah Kecamatan Bungus Teluk Kabung dengan jumlah penduduk 22.592 jiwa.

Penyebaran penduduk Kota Padang tidak merata, umumnya daerah pusat Kota, seperti Kecamatan Padang Barat, Padang Timur, Padang Utara, Padang Selatan, berpenduduk cukup padat. Hal ini disebabkan oleh berpusatnya perekonomian dan segala aktivitas kehidupan di daerah – daerah tersebut. Sedangkan daerah pinggir Kota, seperti Kecamatan Bungus Teluk Kabung, Pauh, serta sebagian daerah di Kecamatan Lubuk Buaya dan Lubuk Kilangan. Kepadatan penduduknya cukup rendah.

Jumlah penduduk Kota Padang pada tahun 2010 sebanyak 383.190 jiwa yang terdistribusi pada 11 Kecamatan, dan 193 Kelurahan. Setelah pelaksanaan otonomi daerah jumlah Kecamatan tetap tetapi jumlah Kelurahan menurun menjadi 103 Kelurahan. { Padang dalam angka 2007 }. Konsentrasi penduduk terutama pada bagian pusat kota, yakni kota lama yakni Kecamatan Padang Timur, Padang Utara, Padang Selatan, dan Padang Barat, dengan penduduk yang paling banyak adalah Kecamatan Koto Tangah mencapai 157.956 jiwa dan paling terendah adalah Kecamatan Bungus Teluk Kabung sebanyak 22.592 jiwa.

#### **4.3 Latar Belakang didirikannya Dinas Kominfo Kota Padang**

Tuntutan masyarakat terhadap kinerja pemerintah dirasakan kian meningkat. Sementara informasi tentang suatu kebijakan atau sistem pelayanan yang dilakukan pemerintah jauh dari memadai. Tidak heran apabila kita sering kali dihadapkan dengan berbagai permasalahan dan tidak jarang justru membuka

peluang bagi pihak tertentu untuk memperpanjang birokrasi yang pada akhirnya menimbulkan persepsi negatif terhadap pemerintah sendiri. Sejalan dengan hal tersebut, sudah saatnya pemerintah kita menerapkan prinsip good governance atau pemerintahan yang baik, yang meliputi :

- a. *Participation* ( partisipasi) yaitu keterlibatan masyarakat dalam membuat keputusan baik secara langsung maupun tidak langsung melalui lembaga perwakilan yang dapat menyalurkan aspirasi nya. Partisipasi tersebut dibangun atas dasar kebebasan berasosiasi, berbicara dan berpartisipasi secara konstruktif.
- b. *Rule of law* (penegakan hukum) yaitu terwujudnya kerangka hukum yang adil dan ditegakkan tanpa pandang bulu.
- c. *Transparency* (transparansi) yaitu kepercayaan timbal balik antara pemerintah dan masyarakat yang dibangun atas dasar kebebasan memperoleh informasi.
- d. *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu lembaga publik harus cepat dan tanggap dalam melayani stakeholder (pihak-pihak berkepentingan).
- e. *Monitoring* (pengawasan) yaitu meningkatkan upaya pengawasan terhadap penyelenggaraan pemerintah dan pembangunan dengan mengusahakan keterlibatan swasta dan masyarakat luas.
- f. *Equity* (kesetaraan) Dimana setiap masyarakat memiliki kesempatan yang sama untuk memperoleh kesejahteraan dan keadilan.

- g. *Efficiency* dan *Effectiveness* (efisien dan efektivitas) yaitu pengelolaan sumber daya publik dilakukan secara berdaya guna (efisien) dan berhasil guna (efektif).
- h. *Accountability* (akuntabilitas) yaitu bertanggung jawab kepada publik atas setiap aktifitas yang dilakukan.
- i. *Strategic vision* (wawasan ke depan) yaitu membangun daerah berdasarkan visi dan strategi yang jelas dan mengikuti sertakan warga dalam seluruh proses pembangunan, sehingga warga merasa memiliki dan ikut bertanggung jawab terhadap kemajuan daerahnya.
- j. *Profesionalisme* (profesionalisme) yaitu meningkatkan kemampuan dan akhlak penyelenggaraan pemerintah, agar mampu memberi pelayanan yang mudah, cepat, tepat dengan biaya terjangkau.

Dalam konteks perwujudan *good governance* tersebut maka kehadiran lembaga yang melakukan pengumpulan dan pendistribusian informasi yang bersumber dari pemerintah menjadi penting. Terlebih lagi jika informasi itu dikemas dalam konteks untuk memberikan pemahaman tentang latar belakang mengapa suatu kebijakan itu ditempuh serta proses apa saja yang terjadi di dalam memperoleh pelayanan yang dibutuhkan. Hal ini diperkuat dengan di amandemen nya undang-undang dasar negara RI Tahun 1945, pada pasal 28.f amandemen kedua berbunyi sebagai berikut “ setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan

menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia”.

Untuk memenuhi tuntutan masyarakat akan informasi akan informasi pada era reformasi dan globalisasi yang berbasis teknologi informatika yang ditandai dengan kecanggihan teknologi di bidang telekomunikasi, perlu diwujudkan masyarakat yang berbudaya informasi sebagai bisa menjadikan informasi sebagai suatu kebutuhan yang mutlak dan dapat memanfaatkan teknologi informasi tersebut untuk meningkatkan kesejahteraan hidupnya. Dalam hal ini Dinas komunikasi dan informatika menjadi salah satu faktor penentu dalam mensukseskan pembangunan daerah. Untuk itu visi dan misi yang jelas dan mengacu kepada pola dasar pembangunan kota Padang tahun 2009-2010 yang dituangkan dalam rencana strategis Dinas komunikasi dan informatika dapat dijadikan salah satu acuan dalam pembangunan kota Padang berikutnya.

#### **4.4 Visi dan Misi Dinas Kominfo Kota Padang**

##### **Visi**

Visi Dinas komunikasi dan informatika adalah terwujudnya masyarakat kota Padang yang berbudaya informasi dengan landasan keimanan dan ketaqwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa, serta penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi.

##### **Misi**

Misi Dinas komunikasi dan informasi kota Padang adalah :

1. Memberikan pelayanan komunikasi dan pemerataan informasi publik untuk mencerdaskan masyarakat.

2. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia aparatur di bidang komunikasi dan informatika.
3. Meningkatkan kualitas pelayanan informasi publik dengan pemanfaatan dan pengembangan teknologi informatika.
4. Memfasilitasi kelancaran arus informasi menuju terwujudnya kota Padang sebagai pusat perekonomian dan pintu gerbang perdagangan kawasan wilayah barat Sumatera.
5. Meningkatkan sarana dan prasarana komunikasi dan informatika.
6. Meningkatkan koordinasi lintas sektor antar lembaga dengan media massa.
7. Mendorong berkembangnya lembaga komunikasi masyarakat dan media informasi baru yang ber etika dan bertanggung jawab.

#### **4.5 Tujuan dan Sasaran Dinas Kominfo Kota Padang**

Penetapan tujuan didasarkan kepada pernyataan misi yang sudah dirumuskan dengan mempertimbangkan sumber daya. Kemampuan yang sudah dimiliki, faktor lingkungan yang mempengaruhi dan faktor-faktor penentu keberhasilan lainnya. Melalui tujuan tersebut Dinas komunikasi dan informatika kota Padang mengetahui apa yang harus dilaksanakan dalam kurun waktu 1 (satu) sampai 5 (lima) tahun mendatang.

##### **Tujuan**

1. Memberikan informasi, menyalurkan aspirasi, dan memfasilitasi peralatan teknologi informasi.
2. Menyediakan bahan informasi dan komunikasi yang akurat melalui teknologi informasi.

3. Membina hubungan yang harmonis dengan mitra kerja.
4. Membina, mengembangkan, melestarikan budaya dan kelompok komunikasi sosial.
5. Menata, membina, dan mengendalikan media komunikasi dan teknologi informasi.
6. Memberdayakan kemampuan personil.

### **Sasaran**

Sesuai dengan sifat dari sasaran yaitu dapat diukur atau dinilai, spesifik, menentang namun dapat dicapai dan berorientasi pada hasil, maka sasaran Dinas komunikasi dan informatika kota Padang dapat dikemukakan sebagai berikut :

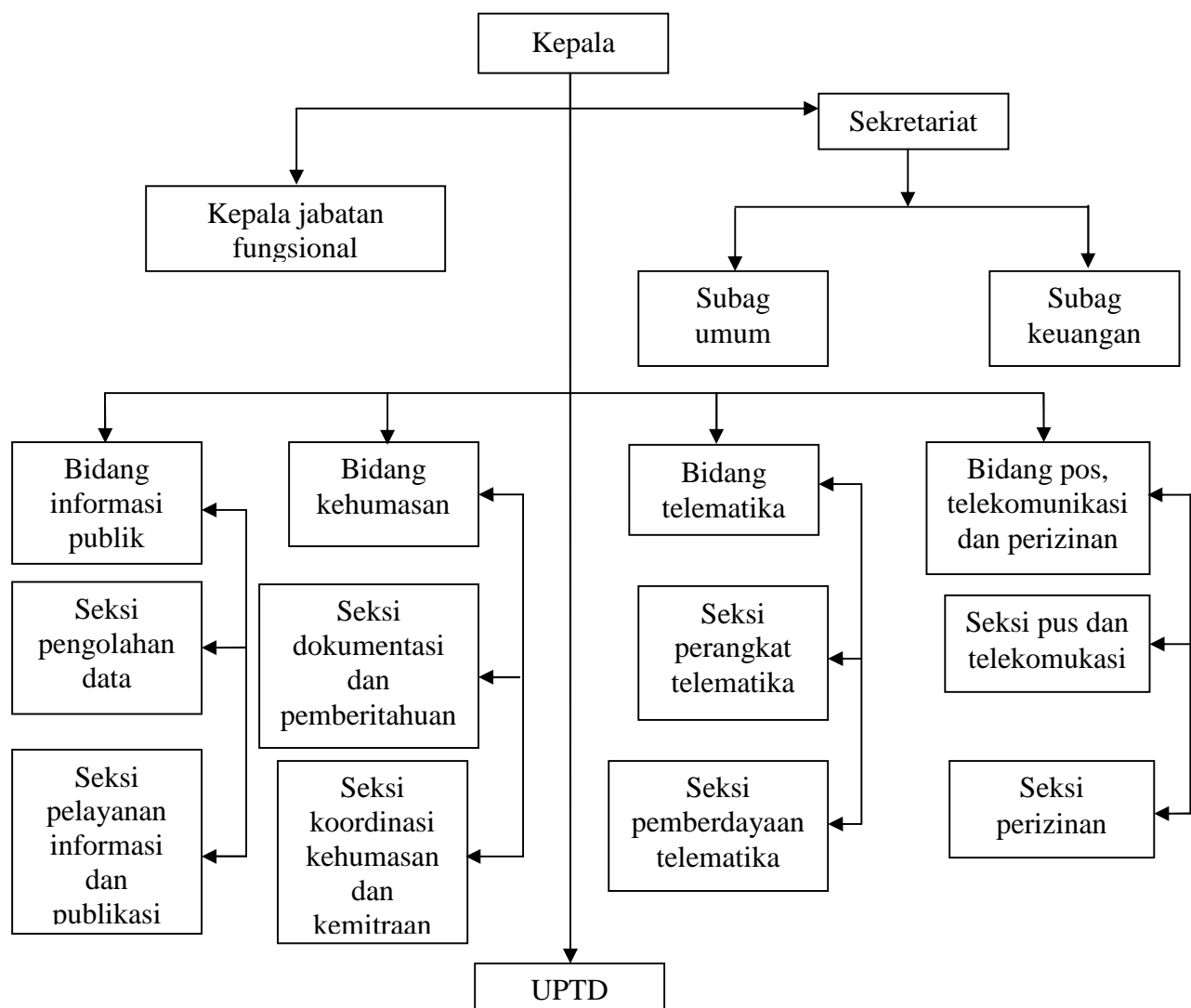
1. Meratanya informasi, terselurnya aspirasi, dan tersedianya sarana dan prasarana teknologi informasi.
2. Tersedianya bahan informasi dan komunikasi dan instansi pemerintah maupun swasta lainnya yang dapat di akses oleh khalayak umum.
3. Terciptanya saling pengertian dengan media cetak dan elektronik, BAKOHUMAS, BAPFIDA, kelompok masyarakat peduli informasi dan komunikasi (KEMPIK), kesenian tradisional rakyat termasuk Dinas/badan/kantor, serta lembaga komunikasi sosial lainnya.
4. Terbina, berkembang, dan lestarnya budaya dan kelompok komunikasi sosial di tengah-tengah masyarakat.
5. Tertata, terbina, dan terkendalnya media komunikasi dan teknologi informasi di tengah-tengah masyarakat.

6. Terwujudnya personil yang berkualitas di bidang komunikasi dan teknologi informasi pada Dinas komunikasi dan informatika kota Padang.

#### 4.6 Struktur Organisasi Dinas Kominfo Kota Padang.

Sebelum melihat program dan kegiatan Dinas kominfo kota Padang, terlebih dahulu dilihat struktur Dinas kominfo kota Padang sebagai berikut :

**Gambar IV.1 Struktur Dinas Kominfo Kota Padang**



*Sumber : Dinas KOMINFO Kota Padang*

#### **4.7 Program dan Kegiatan Dinas Kominfo Kota Padang**

Untuk mencapai tujuan dan sasaran yang diinginkan dalam rencana strategi tahun 2009-2014 diperlukan kebiasaan yang di nantinya dapat dijadikan pedoman bagi pengimplementasian program dan kegiatan, sehingga semua program dan kegiatan dimaksud akan mampu mewujudkan tujuan yang ditetapkan.

Berdasarkan struktur Dinas kominfo kota Padang, berikut dirinci kan program dan kegiatan Dinas komunikasi dan informasi kota Padang :

##### **A. Program dan kegiatan bidang sekretariat.**

##### **1. Program pelayanan administrasi perkantoran.**

Kegiatan :

- a. Penyediaan jasa surat-menyurat.
- b. Penyediaan jasa komunikasi, sumber daya air, dan listrik.
- c. Penyediaan jasa pemeliharaan dan perizinan kendaraan Dinas / Operasional.
- d. Penyediaan jasa kebersihan kantor.
- e. Penyediaan jasa perbaikan peralatan kerja.
- f. Penyediaan alat tulis kantor.
- g. Penyediaan barang cetakan dan penggandaan.
- h. Penyediaan peralatan dan perlengkapan kantor.
- i. Penyediaan bahan bacaan dan peraturan perundangan-undangan.
- j. Penyediaan makanan dan minuman.
- k. Rapat-rapat koordinasi dan konsultasi keluar daerah.



1. Peningkatan jasa pelayanan publik.
2. Program peningkatan sarana dan prasarana aparatur.

Kegiatan :

- a. Pemeliharaan rutin / berkala gedung kantor.
  - b. Pemeliharaan rutin / berkala kendaraan Dinas / operasional.
3. Program disiplin aparatur.

Kegiatan :

- a. Pengadaan pakaian dinas beserta perlengkapannya.

#### **B. Program dan kegiatan bidang informasi publik.**

Program pengembangan komunikasi, informasi, dan media massa

Kegiatan :

- a. Penyampaian informasi melalui media cetak, media luar ruang, dan kesenian tradisional rakyat.
- b. Sosialisasi Perda, ketentuan dan kebijakan PEMKO, tatap muka, dan siaran langsung.
- c. Diskusi / dialog permasalahan kota.
- d. Lipatan kegiatan PEMKO.

#### **C. Program dan kegiatan bidang KEHUMASAN.**

1. Program pengembangan komunikasi, informasi, dan media massa.

Kegiatan :

- a. Lipatan kegiatan PEMKO.

- b. Kliping kegiatan PEMKO.
  - 2. Program pemberdayaan dan perlindungan media KEHUMASAN
- Kegiatan :
- a. Pemberdayaan BAKOHUMAS kota Padang.

#### **D. Program dan kegiatan bidang TELEMATIKA.**

- 1. Program pengembangan data informasi.
- Kegiatan :
- a. Pengembangan hot seperti PEMKO Padang.
  - b. Maintenance sarana dan prasarana teknologi informasi.
  - c. Master plan teknologi informasi pemko padang.
  - d. Pembangunan sistem informasi e-goverment
- 2. Program optimalisasi teknologi informasi.
- a. Optimalisasi media informasi elektronik yang berbasis internet.
  - b. Optimalisasi perkembangan infrastructural jaringan wireless.
  - c. Peningkatan kualitas SDM berbasis teknis.

#### **E. Program dan kegiatan bidang pos, telekomunikasi, dan perizinan.**

Program pembinaan dan pengembangan bidang pos dan komunikasi.

Kegiatan :

- a. Pendataan media pos dan telekomunikasi.
- b. Sosialisasi pos dan telekomunikasi.
- c. Pengkajian potensi penerimaan pos dan telekomunikasi.

## **BAB V**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini penulis akan menyajikan data-data yang diperoleh dari hasil penelitian yang didapat di lapangan. Penulis menyebarkan kuisioner sebanyak 42 eksamplar sesuai dengan jumlah sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini. Dari hasil penelitian telah dikumpulkan sejumlah data yang diperlukan, meliputi data identitas responden.

#### **5.1 Identitas responden**

Data tentang identitas responden menyangkut tentang jenis kelamin, tingkat pendidikan, umur dan masa kerja yang di sebarakan kepada 42 orang responden. Maka diperoleh data sebagai berikut:

**Table V.1 Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin**

No	Jenis kelamin	Jumlah responden (orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	42	58,3
2	Perempuan	30	41,7
Jumlah		72	100

*Sumber Data: Dinas Kominfo Kota Padang*

Dari Tabel diatas dapat diperoleh gambaran mengenai jumlah responden berdasarlan jenis kelamin pada Kantor Dinas Kominfo Kota Padang, jumlah responden laki-laki berjumlah 42 orang dengan persentase 58,3% dan jumlah responden perempuan berjumlah 30 orang dengan persentase 41,7%.

Para responden di atas memiliki tingkat pendidikan yang berbeda-beda. Berikut ini adalah jawaban responden terhadap tingkat pendidikan, untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

**Tabel V.2 Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

No	Tingkat pendidikan	Jumlah responden (orang)	Persentase (%)
1	SLTA	18	25
2	Akademi (DIII)	15	20,8
3	Akademi (DIV)	2	2,8
4	Akademi (S1)	34	47,2
5	Akademi (S2)	3	4,2
jumlah		72	100

*Sumber Data: Dinas Kominfo Kota Padang*

Dari Tabel di atas dapat diperoleh gambaran mengenai jumlah responden berdasarkan tingkat pendidikan pada antor dinas kominfo kota padang, yang lebih banyak adalah responden yang memiliki tingkat pendidikan tamatan Akademi (S1) yakni berjumlah 34 orang dengan persentase 47,2%, kemudian yang tamatan SLTA berjumlah 18 orang dengan persentase 25%, selanjutnya yang tamatan (DIII) berjumlah 15 orang dengan persentase 20,8%, dan selanjutnya tamatan Akademi (S2) yaitu berjumlah 3 orang dengan persentase 4,2%, dan yang paling sedikit adalah responden yang tamatan Akademi (DIV) yakni berjumlah 2 orang dengan persentase 2,8%.

Para responden di atas memiliki tingkat umur yang berbeda, berikut ini adalah jawaban responden terhadap tingkat umur yang di jelaskan pada tabel dibawah ini:

**Tabel V.3 Distribusi responden berdasarkan umur**

No	Umur (tahun)	Jumlah responden (orang)	Persentase (%)
1	21-30	22	30,6
2	31-40	28	38,9
3	41-50	18	25
4	51-60	4	5,5
Jumlah		72	100

*Sumber Data: Kantor Dinas Kominfo Kota Padang*

Dari Tabel diatas dapat diperoleh gambaran mengenai jumlah responden berdasarkan umur di Kantor Dinas Kominfo Kota Padang, responden yang paling banyak memiliki umur 31-40 tahun yakni sebanyak 28 orang dengan persentase 38,9%, responden yang berumur 21-30 tahun sebanyak 22 orang dengan persentase 30,6%, selanjutnya umur 41-50 tahun sebanyak 18 orang dengan persentase 25%, dan yang terendah responden yang memiliki umur 51-60 yakni sebanyak 4 orang dengan persentase 5,5%.

## **5.2 Analisis Data Dan Pembahasan**

### **A. Observasi dan Wawancara**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode Observasi dan wawancara. Observasi dan wawancara penulis lakukan pada bulan november sebelum menyebarkan kuisisioner kepada responden. Dalam melakukan Observasi dan wawancara penulis turun kelapangan yaitu Kantor Dinas Kominfo Kota Padang sebanyak 5 kali dengan rentang waktu 1 kali dalam 3 hari. Dari hasil observasi yang dilakukan sebanyak 3 kali penulis mendapatkan absensi pegawai kantor banyak yang tidak hadir dan kepala bagian yang seharusnya berada di tempat, sering tidak terlihat. Hal tersebut menandakan kinerja dan pelayanan yang

diberikan Dinas Kominfo Kota Padang belum maksimal. Wawancara yang penulis lakukan mendapatkan hasil penjelasan dari masyarakat Kota Padang yang kebanyakan warga mengatakan bahwa:

“Dinas Kominfo kurang efektif dan sering tidak menampilkan fungsinya sebagai Humas pemerintahan Kota Padang”.  
(wawancara masyarakat kota Padang: 2011).

## **B. kuisisioner**

Disamping observasi dan wawancara, penulis juga menggunakan metode kuisisioner untuk mendapatkan data dari responden. Dalam hal ini penulis menyebarkan pertanyaan-pertanyaan yang dirangkum penulis dalam lembaran kertas yang diberikan kepada seluruh responden dalam penelitian ini yaitu pegawai Kantor Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Padang.

Dalam penelitian ini penulis mendapatkan data yang dirangkum dari jawaban yang diberikan responden, kebanyakan dari jawaban responden mengatakan bahwa pegawai sudah memberikan pelayanan dengan baik, memberikan motivasi, memberikan fasilitas dan mengklarifikasi masalah dengan tepat. Akan tetapi kenyataan dilapangan bertolak belakang dengan penjelasan dari masyarakat.

Pegawai Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang sebagai responden pada penelitian ini dapat dijelaskan dari masa kerja setiap pegawai yang menjadi responden hal ini dapat dijelaskan pada tabel dibawah ini:

**Tabel V.4 Jumlah Responden Pegawai Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang, Berdasarkan Masa Kerja**

No	Masa Kerja (Tahun)	Pegawai	Persentase
1	0 – 4	7	9,7%
2	5 – 9	14	19,4%
3	10 – 14	11	15,3%
4	15 – 19	23	31,9%
5	20 – 24	10	14%
6	25 – 30	5	6,9%
7	Diatas 30 Tahun	2	2,8%
Jumlah		72	100%

Sumber Data: *Kantor Dinas Kominfo Kota Padang*

Berdasarkan Tabel diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar pegawai pada kantor Dinas Kominfo Kota Padang mempunyai masa kerja dibawah 15 Tahun atau pada umumnya, tergolong pegawai baru. Namun terdapat juga pegawai yang sudah senior atau yang telah lama mengabdikan. Kolaborasi antara pegawai senior dan pegawai junior sangat berarti dalam pelaksanaan tugas-tugas sehingga kinerja pegawai di Kantor Dinas Kominfo Kota Padang dapat berjalan dengan baik dan semaksimal mungkin.

### 5.3 Indikator dalam membangun komunikasi publik

#### A. Pelayanan Informasi

**Tabel V.5 Distribusi Jawaban Responden Tentang Dinas Kominfo selalu memberikan informasi yang akurat**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	30	41,7
2	Setuju	32	44,4
3	Kurang Setuju	7	9,7
4	Tidak Setuju	3	4,2
Jumlah		72	100%

Sumber Data: *Kantor Dinas Kominfo Kota Padang*

Berdasarkan Tabel V.5 di Atas dapat diketahui bahwa yang paling banyak menjawab setuju berjumlah 32 orang responden dengan persentase 44,4%, 30 orang responden menjawab sangat setuju dengan persentase 41,7%, 7 orang responden menjawab kurang setuju dengan persentase 9,7%, serta 3 responden yang menjawab tidak setuju dengan persentase 4,2%.

Dari data tabel tersebut dapat diketahui bahwa pegawai Kantor Dinas Kominfo Kota Padang telah memberikan pelayanan Informasi secara akurat. Tetapi hal tersebut bertentangan dengan hasil observasi yang dilakukan penulis, penulis mendapatkan bahwa pelayanan kurang di Kantor Dinas Kominfo Kota Padang. Hal ini diketahui dari penjelasan hasil observasi dan wawancara dengan masyarakat yang menyatakan bahwa:

“informasi tentang isu gempa bumi dan tsunami sering di informasikan salah, sehingga ketidak benaran isu itu membuat panik dan resah masyarakat setempat”.  
(wawancara masyarakat kota padang: 2011).

**Tabel V.6 Distribusi Jawaban Responden Tentang peran Dinas Kominfo selalu memberikan informasi tepat waktu**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	16	22,2
2	Setuju	29	40,3
3	Kurang Setuju	24	33,3
4	Tidak Setuju	3	4,2
Jumlah		72	100%

*Sumber Data: Kantor Dinas Kominfo Kota Padang*

Berdasarkan Tabel V.6 di Atas dapat diketahui bahwa yang paling banyak menjawab setuju berjumlah 29 orang responden dengan persentase 40,3%, 24 orang responden menjawab kurang setuju dengan persentase 33,3%, 16 orang responden menjawab sangat setuju dengan persentase 22,2%, serta 3 orang



responden yang menjawab tidak setuju dengan persentase 4,2%. Dari data tabel tersebut dapat diketahui bahwa pegawai Kantor Dinas Kominfo Kota Padang telah memberikan pelayanan Informasi secara akurat. Tetapi hal tersebut bertentangan dengan hasil observasi yang dilakukan penulis, penulis mendapatkan bahwa pelayanan kurang di Kantor Dinas Kominfo Kota Padang. Hal ini dapat diketahui dari penjelasan dari masyarakat setempat yang menyatakan bahwa:

“ informasi yang dibutuhkan masyarakat tidak terpenuhi saat informasi itu di butuhkan,Jadi banyak masyarakat kecewa kepada pemerintah Kota Padang”.

(wawancara masyarakat kota padang: 2011)

**Tabel V.7 Distribusi Jawaban Responden Tentang Dinas Kominfo mengikuti peraturan dalam memberikan informasi**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	45	62,5
2	Setuju	18	25
3	Kurang Setuju	8	11,1
4	Tidak Setuju	1	1,4
Jumlah		72	100%

*Sumber Data: Kantor Dinas Kominfo Kota Padang*

Berdasarkan Tabel V.7 di Atas dapat diketahui bahwa yang paling banyak menjawab sangat setuju berjumlah 45 orang responden dengan persentase 62,5%, 18 orang responden menjawab setuju dengan persentase 25%, 8 orang responden menjawab kurang setuju dengan persentase 11,1%, serta 1 orang responden yang menjawab tidak setuju dengan persentase 1,4%. Dari data tabel tersebut dapat diketahui bahwa pegawai Kantor Dinas Kominfo Kota Padang telah memberikan pelayanan Informasi berdasarkan undang-undang yang berlaku. Hal ini tidak mendapat komentar dari masyarakat,karena masyarakat tidak tahu tentang

undang-undang pelayanan informasi berdasarkan tugas pokok Dinas Kominfo Kota Padang.

**Tabel V.8 Distribusi Jawaban Responden Tentang tanggapan positif masyarakat terhadap Dinas Kominfo dalam memberikan informasi**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	18	25
2	Setuju	22	30,6
3	Kurang Setuju	25	34,7
4	Tidak Setuju	7	9,7
Jumlah		72	100%

*Sumber Data: Kantor Dinas Kominfo Kota Padang*

Berdasarkan Tabel V.8 di Atas dapat diketahui bahwa yang paling banyak menjawab kurang setuju berjumlah 25 orang responden dengan persentase 34,7%, 22 orang responden menjawab setuju dengan persentase 30,6%, 18 orang responden menjawab sangat setuju dengan persentase 25%, serta 7 responden yang menjawab tidak setuju. Dari data tabel tersebut dapat diketahui bahwa pegawai Kantor Dinas Kominfo Kota Padang telah mendapat tanggapan yang positif dari masyarakat kota padang dalam memberikan pelayanan informasi. Tetapi hal tersebut bertentangan dengan hasil observasi yang dilakukan penulis, penulis mendapatkan bahwa pelayanan kurang dari Kantor Dinas Kominfo Kota Padang. Hal ini dapat diketahui dari data wawancara penulis dengan masyarakat yang menyatakan bahwa:

“masyarakat kebanyakan kecewa kepada Dinas Kominfo yang sering lalai dalam mengontrol dan memberikan pelayanan informasi yang dibutuhkan masyarakat”.  
(wawancara masyarakat kota padang: 2011).

Dari hasil keterangan tentang indikator yang telah dipaparkan dengan metode kuisisioner, observasi dan wawancara terhadap pegawai Kantor Dinas Kominfo Kota Padang dan juga masyarakat Kota Padang, penulis dapat menyimpulkan bahwa indikator tentang pelayanan informasi yang menjadi bagian dalam pembentukan komunikasi publik belum berjalan maksimal. Hal ini dapat diketahui dari hasil data yang diperoleh dengan metode kuisisioner, observasi dan wawancara yang mana hasil kuisisioner bertolak belakang dengan hasil observasi lapangan dan wawancara dengan masyarakat. Pegawai kantor mengatakan bahwa fungsinya dalam memberikan pelayanan informasi sudah dilaksanakan dengan baik, tetapi kenyataan yang didapat penulis di lapangan dan dari keterangan masyarakat menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan Dinas Kominfo sangat minim kepada masyarakat. Oleh karena itu banyak masyarakat yang tidak mengetahui seluk beluk dan permasalahan di lingkungan mereka sendiri.

## B. Motivator

**Tabel V.9 Distribusi Jawaban Responden Tentang Dinas Kominfo yang berperan aktif dalam memberikan motivasi**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	36	50
2	Setuju	26	36,1
3	Kurang Setuju	8	11,1
4	Tidak Setuju	2	2,8
Jumlah		72	100%

*Sumber Data: Kantor Dinas Kominfo Kota Padang.*

Berdasarkan Tabel V.9 di Atas dapat diketahui bahwa yang paling banyak menjawab sangat setuju berjumlah 36 orang responden dengan persentase 50%,

26 orang responden menjawab setuju dengan persentase 36,1%, 8 orang responden menjawab kurang setuju dengan persentase 11,1%, serta 2 orang responden yang menjawab tidak setuju dengan persentase 2,8%. Dari data tabel tersebut dapat diketahui bahwa pegawai Kantor Dinas Kominfo Kota Padang telah berperan aktif dan memberikan motivasi kepada masyarakat. Tetapi hal tersebut bertentangan dengan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan penulis, penulis mendapatkan bahwa:

“sangat jarang masyarakat mendapatkan motivasi dan penyuluhan dari Dinas Kominfo Kota Padang”.  
(wawancara masyarakat kota padang: 2011).

**Tabel V.10 Distribusi Jawaban Responden Tentang tanggapan masyarakat terhadap motivasi yang diberikan Dinas Kominfo**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	16	22,2
2	Setuju	26	36,1
3	Kurang Setuju	29	40,3
4	Tidak Setuju	1	1,4
Jumlah		72	100%

*Sumber Data: Kantor Dinas Kominfo Kota Padang*

Berdasarkan Tabel V.10 di Atas dapat diketahui bahwa yang paling banyak menjawab kurang setuju berjumlah 29 orang responden dengan persentase 40,3%, 26 orang responden menjawab setuju dengan persentase 36,1%, 16 orang responden menjawab sangat setuju dengan persentase 22,2%, serta 1 orang responden yang menjawab tidak setuju dengan persentase 1,4%. Dari data tabel tersebut dapat diketahui bahwa pegawai Kantor Dinas Kominfo Kota Padang banyak mendapat tanggapan yang negatif dari masyarakat Kota Padang tentang kinerja pegawai Kantor Dinas Kominfo.

**Tabel V.11 Distribusi Jawaban Responden Tentang Dinas Kominfo yang mengadakan tinjauan langsung lapangan**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	15	20,8
2	Setuju	27	37,5
3	Kurang Setuju	20	27,8
4	Tidak Setuju	10	13,9
jumlah		72	100%

*Sumber Data: Kantor Dinas Kominfo Kota Padang*

Berdasarkan Tabel V.11 di Atas dapat diketahui bahwa yang paling banyak menjawab setuju berjumlah 27 orang responden dengan persentase 37,5%, 20 orang responden menjawab kurang setuju dengan persentase 27,8%, 15 orang responden menjawab sangat setuju dengan persentase 20,8%, serta 10 orang responden yang menjawab tidak setuju dengan persentase 13,9%. Dari data tabel tersebut dapat diketahui bahwa pegawai Kantor Dinas Kominfo Kota Padang sering melakukan tinjauan lapangan untuk memberikan motivasi kepada masyarakat.

Tetapi hal tersebut bertentangan dengan hasil observasi yang dilakukan penulis, penulis mendapatkan pernyataan masyarakat bahwa:

“minimnya pengawasan dan motivasi dari Dinas Kominfo Kota Padang kepada masyarakat”.  
(wawancara masyarakat kota padang: 2011).

**Tabel V.12 Distribusi Jawaban Responden Tentang peran Dinas Kominfo dalam memberikan motivasi**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	26	36,1
2	Setuju	30	41,7
3	Kurang Setuju	15	20,8
4	Tidak Setuju	1	1,4
Jumlah		72	100%

*Sumber Data: Kantor Dinas Kominfo Kota Padang*

Berdasarkan Tabel V.12 di Atas dapat diketahui bahwa yang paling banyak menjawab setuju berjumlah 30 orang responden dengan persentase 41,7%, 26 orang responden menjawab sangat setuju dengan persentase 36,1%, 15 orang responden menjawab kurang setuju dengan persentase 20,8%, serta 1 orang responden yang menjawab tidak setuju dengan persentase 1,4%. Dari data tabel tersebut dapat diketahui bahwa pegawai Kantor Dinas Kominfo Kota Padang telah menjalankan perannya dalam memberikan motivasi kepada masyarakat.

Tetapi hal tersebut bertentangan dengan hasil observasi yang dilakukan penulis, penulis mendapat pernyataan dari masyarakat yang mengatakan bahwa:

“kelalaian akan peran dan fungsi Dinas Kominfo Kota Padang membuat masyarakat ketinggalan informasi tentang berita isu bencana gempa dan tsunami yang sangat penting”.  
(wawancara masyarakat kota padang: 2011).

Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis melalui data yang diambil dengan metode kuisisioner, observasi dan wawancara tentang indikator penelitian yaitu fungsi Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Padang sebagai motivator dalam membentuk komunikasi publik, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa sangat jarang masyarakat kota padang mendapatkan motivasi dari Dinas Kominfo Kota Padang. Hal ini dapat diketahui dari hasil kuisisioner,observasi dan wawancara. Hasil kuisisioner yang diberikan oleh pegawai Kantor Dinas Kominfo menyatakan mereka sudah memberikan motivasi kepada masyarakat kota Padang,tetapi hal ini bertolak belakang dengan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan penulis. Penulis mendapatkan hasil pernyataan dari masyarakat yang menyatakan bahwa:

“sangat jarang adanya lembaga yang turun kelapangan yang memberikan motivasi langsung kepada masyarakat”.  
(wawancara masyarakat kota padang:2011).

### C. Fasilitator

**Tabel V.13 Distribusi Jawaban Responden Tentang pengadaan sosialisasi yang dilakukan Dinas Kominfo**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	12	16,7
2	Setuju	27	37,5
3	Kurang Setuju	28	38,9
4	Tidak Setuju	5	6,9
jumlah		72	100%

*Sumber Data: Kantor Dinas Kominfo Kota Padang*

Berdasarkan Tabel V.13 di Atas dapat diketahui bahwa yang paling banyak menjawab kurang setuju berjumlah 28 orang responden dengan persentase 38,9%, 27 orang responden menjawab setuju dengan persentase 37,5%, 12 orang responden menjawab sangat setuju dengan persentase 16,7%, serta 5 orang responden yang menjawab tidak setuju dengan persentase 6,9%. Dari data tabel tersebut dapat diketahui bahwa pegawai Kantor Dinas Kominfo Kota Padang kurang dalam mengadakan sosialisasi dengan masyarakat Kota Padang.

**Tabel V.14 Distribusi Jawaban Responden Tentang Dinas Kominfo yang menanggapi keluhan masyarakat**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	25	34,7
2	Setuju	28	38,9
3	Kurang Setuju	18	25
4	Tidak Setuju	1	1,4
Jumlah		72	100%

*Sumber Data: Kantor Dinas Kominfo Kota Padang*

Berdasarkan Tabel V.14 di Atas dapat diketahui bahwa yang paling banyak menjawab setuju berjumlah 28 orang responden dengan persentase 38,9%, 25 orang responden menjawab sangat setuju dengan persentase 34,7%, 18 orang responden menjawab kurang setuju dengan persentase 25%, serta 1 orang responden yang menjawab tidak setuju dengan persentase 1,4%. Dari data tabel tersebut dapat diketahui bahwa pegawai Kantor Dinas Kominfo Kota Padang telah menanggapi keluhan masyarakat.

Tetapi hal tersebut bertentangan dengan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan penulis, penulis mendapatkan masyarakat menyatakan bahwa:

“keluhan yang kami sampaikan ke Dinas Kominfo Kota Padang tidak mendapat respon dan tidakan apa-apa dari dinas tersebut”.  
(wawancara masyarakat kota padang: 2011).

**Tabel V.15 Distribusi Jawaban Responden Tentang penerimaan fasilitas yang baik oleh masyarakat**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	11	15,3
2	Setuju	22	30,6
3	Kurang Setuju	31	43,1
4	Tidak Setuju	18	25
jumlah		72	100%

*Sumber Data: Kantor Dinas Kominfo Kota Padang*

Berdasarkan Tabel V.15 di Atas dapat diketahui bahwa yang paling banyak menjawab kurang setuju berjumlah 31 orang responden dengan persentase 43,1%, 22 orang responden menjawab setuju dengan persentase 30,6%, 18 orang responden menjawab tidak setuju dengan persentase 25%, serta 11 orang responden yang menjawab sangat setuju dengan persentase 15,3%. Dari data tabel tersebut dapat diketahui bahwa pegawai Kantor Dinas Kominfo Kota Padang telah



memberikan fasilitas dengan baik. Tetapi hal tersebut juga mendapat kritikan dari masyarakat yang menyatakan bahwa:

“fasilitas yang diberikan sering tidak tepat waktu sesuai kebutuhan akan fasilitas tersebut oleh masyarakat”.  
(wawancara masyarakat kota padang: 2011).

**Tabel V.16 Distribusi Jawaban Responden Tentang Dinas Kominfo yang memberikan kontribusi fasilitas dalam mempermudah urusan masyarakat**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	17	23,6
2	Setuju	27	37,5
3	Kurang Setuju	21	29,2
4	Tidak Setuju	7	9,7
Jumlah		72	100%

*Sumber Data: Kantor Dinas Kominfo Kota Padang*

Berdasarkan Tabel V.16 di Atas dapat diketahui bahwa yang paling banyak menjawab setuju berjumlah 27 orang responden dengan persentase 37,5%, 21 orang responden menjawab kurang setuju dengan persentase 29,2%, 17 orang responden menjawab sangat setuju dengan persentase 23,6%, serta 7 orang responden yang menjawab tidak setuju dengan persentase 9,7%. Dari data tabel tersebut dapat diketahui bahwa pegawai Kantor Dinas Kominfo Kota Padang telah memberikan kontribusi dalam mempermudah urusan masyarakat. Hal ini tidak sesuai dengan pernyataan masyarakat yang diwawancarai penulis, masyarakat menyatakan bahwa:

“sangat jarang kontribusi didapat oleh masyarakat”.  
(wawancara masyarakat kota padang: 2011).

Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis melalui data yang diambil dengan metode kuisioner, observasi dan wawancara tentang indikator penelitian

yaitu fungsi Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Padang sebagai fasilitator dalam membentuk komunikasi publik, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa sangat jarang masyarakat kota padang mendapatkan fasilitas dari Dinas Kominfo Kota Padang. Hal ini dapat diketahui dari hasil kuisioner, observasi dan wawancara. Hasil kuisioner yang diberikan oleh pegawai Kantor Dinas Kominfo menyatakan mereka sudah memberikan fasilitas kepada masyarakat Kota Padang, tetapi hal ini bertolak belakang dengan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan penulis. Penulis mendapatkan hasil pernyataan dari masyarakat yang menyatakan bahwa:

“sangat jarang adanya lembaga yang turun kelapangan yang memberikan fasilitas langsung kepada masyarakat”.  
(wawancara masyarakat kota padang: 2011).

#### **D. Klarifikasi**

**Tabel V.17 Distribusi Jawaban Responden Tentang kejelasan Dinas Kominfo dalam mengadakan klarifikasi**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	14	19,4
2	Setuju	31	43,1
3	Kurang Setuju	22	30,6
4	Tidak Setuju	5	6,9
Jumlah		72	100%

*Sumber Data: Kantor Dinas Kominfo Kota Padang*

Berdasarkan Tabel V.17 di Atas dapat diketahui bahwa yang paling banyak menjawab setuju berjumlah 31 orang responden dengan persentase 43,1%, 22 orang responden menjawab kurang setuju dengan persentase 30,6%, 14 orang responden menjawab sangat setuju dengan persentase 19,4%, serta 5 orang responden yang menjawab tidak setuju dengan persentase 6,9%. Dari data tabel

tersebut dapat diketahui bahwa pegawai Kantor Dinas Kominfo Kota Padang telah mengklarifikasi permasalahan dengan jelas.

Tetapi hal tersebut bertentangan dengan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan penulis, penulis mendapatkan bahwa:

“banyak kesalahan informasi yang diberikan Dinas Kominfo yang tidak mendapat penjelasan lanjutan yang akhirnya membingungkan masyarakat”.

(wawancara masyarakat kota padang: 2011).

**Tabel V.18 Jawaban Responden Tentang kontra yang timbul dari masyarakat terhadap Dinas Kominfo**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	8	11,1
2	Setuju	18	25
3	Kurang Setuju	30	41,7
4	Tidak Setuju	16	22,2
Jumlah		72	100%

*Sumber Data: Kantor Dinas Kominfo Kota Padang*

Berdasarkan Tabel V.18 di Atas dapat diketahui bahwa yang paling banyak menjawab kurang setuju berjumlah 30 orang responden dengan persentase 41,7%, 18 orang responden menjawab setuju dengan persentase 25%, 16 orang responden menjawab tidak setuju dengan persentase 22,2%, serta 8 orang responden yang menjawab sangat setuju dengan persentase 11,1%. Dari data tabel tersebut dapat diketahui bahwa pegawai Kantor Dinas Kominfo Kota Padang sering mendapatkan kontra dari masyarakat tentang ketidakpastian informasi yang diberikan Dinas Kominfo Kota Padang.

**Tabel V.19 Distribusi Jawaban Responden Tentang Dinas Kominfo selalu menyaring isu yang mengelirukan**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	33	45,8
2	Setuju	17	23,6
3	Kurang Setuju	10	13,9
4	Tidak Setuju	2	2,8
Jumlah		72	100%

*Sumber Data: Kantor Dinas Kominfo Kota Padang*

Berdasarkan Tabel V.19 di Atas dapat diketahui bahwa yang paling banyak menjawab sangat setuju berjumlah 33 orang responden dengan persentase 45,8%, 17 orang responden menjawab setuju dengan persentase 23,6%, 10 orang responden menjawab kurang setuju dengan persentase 13,9%, serta 2 responden yang menjawab tidak setuju dengan persentase 2,8%. Dari data tabel tersebut dapat diketahui bahwa pegawai Kantor Dinas Kominfo Kota Padang telah menyaring isu-isu yang mengelirukan.

Hal ini tidak sesuai dengan repon yang didapat dari masyarakat yang menyatakan bahwa:

”Dinas Kominfo seolah-olah lepas tangan ketika banyaknya isu yang bermunculan”.  
(wawancara masyarakat kota padang:2011).

**Tabel V.20 Distribusi Jawaban Responden Tentang peran Dinas Kominfo dalam menginformasikan kepada masyarakat untuk tidak menyebarkan informasi yang keliru.**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	28	38,9
2	Setuju	26	36,1
3	Kurang Setuju	12	16,7
4	Tidak Setuju	6	8,3
jumlah		72	100%

*Sumber Data: Kantor Dinas Kominfo Kota Padang*

Berdasarkan Tabel V.20 di Atas dapat diketahui bahwa yang paling banyak menjawab sangat setuju berjumlah 28 orang responden dengan persentase 38,9%, 26 orang responden menjawab setuju dengan persentase 36,1%, 12 orang responden menjawab kurang setuju dengan persentase 16,7%, serta 6 orang responden yang menjawab tidak setuju dengan persentase 8,3%. Dari data tabel tersebut dapat diketahui bahwa pegawai Kantor Dinas Kominfo Kota Padang telah memperingati masyarakat agar tidak menyebarkan isu-isu yang bersifat mengelirukan. Tetapi hal tersebut tidak terlalu dihiraukan masyarakat, karena masyarakat juga menilai Dinas Kominfo tidak konsisten dalam memberikan informasi.

Dari hasil keterangan tentang indikator yang telah dipaparkan dengan metode kuisisioner, observasi dan wawancara terhadap pegawai Kantor Dinas Kominfo Kota Padang dan juga masyarakat Kota Padang, penulis dapat menyimpulkan bahwa indikator tentang lembaga klarifikasi yang menjadi bagian dalam pembentukan komunikasi publik belum berjalan maksimal. Hal ini dapat diketahui dari hasil data yang diperoleh dengan metode kuisisioner, observasi dan wawancara yang mana hasil kuisisioner bertolak belakang dengan hasil observasi lapangan dan wawancara dengan masyarakat. Pegawai kantor mengatakan bahwa fungsinya dalam mengklarifikasi masalah yang timbul sudah dilaksanakan dengan baik, tetapi kenyataan yang didapat penulis di lapangan dan dari keterangan masyarakat menyatakan bahwa klarifikasi yang diberikan Dinas Kominfo sering tidak jelas dan malah menimbulkan kontra dari masyarakat. Oleh

karena itu banyak masyarakat yang tidak mengetahui seluk beluk dan permasalahan dilingkungan mereka sendiri.

Untuk memudahkan menganalisa penelitian ini penulis Kemudian merekap ulang tabel yang membahas tentang Peranan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang dalam Membangun Komunikasi Publik, agar mudah di mengerti. Adapun tanggapan responden tentang 16 pertanyaan yang penulis ajukan. dapat dilihat seperti pada tabel berikut ini:

**Tabel V.21 Rekapitulasi Seluruh Jawaban Responden tentang Pernyataan yang diajukan penulis kepada pegawai Dinas Kominfo Kota Padang**

No	Daftar Pernyataan	Tanggapan Responden				Jumlah
		Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	
1	Dinas Kominfo Selalu memberikan informasi yang akurat	30	32	7	3	72
2	Dinas Kominfo selalu memberikan informasi tepat waktu	16	29	24	3	72
3	Dinas Kominfo selalu mematuhi peraturan-peraturan yang ada	45	18	8	1	72
4	Dinas Kominfo selalu mendapat tanggapan positif dari masyarakat	18	22	25	7	72
5	Dinas Kominfo berperan aktif dalam memberika motivasi	36	26	8	2	72
6	Motivasi yang dilakukan dinas Kominfo ditanggapi positif oleh masyarakat	16	26	29	1	72
7	Motivasi yang diberikan dinas Kominfo berdasarkan tinjauan langsung lapangan	15	27	20	10	72
8	Pegawai dinas Kominfo	26	30	15	1	72

	menjalankan perannya memberikan motivasi					
9	Dinas Kominfo sering mengadakan sosialisasi dengan masyarakat	12	27	28	5	72
10	Dinas Kominfo selalu menanggapi keluhan masyarakat	25	28	18	1	72
11	Fasilitas yang diberikan dinas Kominfo diterima dengan baik oleh masyarakat	11	22	31	18	72
12	Dinas Kominfo selalu memberikan Kontribusi berbentuk fasilitas	17	27	21	7	72
13	Dinas Kominfo selalu mengklarifikasi permasalahan dengan jelas	14	31	22	5	72
14	Klarifikasi dari dinas Kominfo tidak menimbulkan kontra dari masyarakat	8	18	30	16	72
15	Dinas Kominfo selalu menyaring isu-isu dari masyarakat	33	17	10	2	72
16	Dinas Kominfo selalu mengingatkan agar tidak terjadi menyebarkan informasi yang bersifat mengelirukan	28	26	12	6	72
Jumlah		350	406	308	88	1152
Rata-rata		21,9	25,4	19,2	5,5	72
Persentase		30,4%	35,2%	26,7%	7,6%	100%

*Sumber Data: Olahan Penelitian 2011*

Dari hasil tanggapan responden mengenai peranan dinas kominfo kota padang dari sebanyak 72 responden menyatakan “sangat baik” dengan rata-rata sebanyak 22 responden atau (30,4%) Tanggapan responden “baik” ada sebanyak 25 orang atau (35,2%), meyakini “kurang baik” ada sebanyak 19 responden atau (26,7%), dan yang menyatakan “tidak setuju” sebanyak 6 responden atau (7,6%). Dari rekapitulasi jawaban responden diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pegawai pada Kantor Dinas Kominfo Kota Padang menyatakan telah

bekerja sesuai rencana dan strategi (RENSTRA) Dinas Kominfo yang telah diatur dan ditetapkan sebagai tugas dan fungsinya. Akan tetapi pernyataan tersebut tidak sesuai dengan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan penulis. Penulis mendapatkan pernyataan yang bertolak belakang dari masyarakat Kota Padang.



## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada Kantor Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Padang dan dari keterangan wawancara dari masyarakat maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Dinas komunikasi dan informatika Kota Padang belum bekerja maksimal dalam melaksanakan perannya dalam memberikan pelayanan informasi, motivasi dan fasilitas yang dibutuhkan oleh masyarakat kota Padang. Hal ini terbukti dari informasi yang diberikan oleh masyarakat kota Padang bahwa masih banyak timbul kontroversi antara masyarakat dengan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang sehingga hubungan masyarakat dengan pemerintahan kota Padang belum harmonis.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang penulis uraikan maka penulis mencoba untuk memberikan saran yang sekiranya bermanfaat bagi pegawai Kantor Dinas Komunikasi Kota Padang sebagai berikut:

1. Untuk menciptakan komunikasi yang baik dengan masyarakat, pegawai dinas komunikasi harus sering bersosialisasi langsung dengan masyarakat setempat.

2. Pegawai Dinas Kominfo seharusnya menerapkan sistem kerja dalam dua area, yaitu di kantor dan turun kelapangan agar masyarakat tahu bahwa tugas dan fungsi dinas tersebut adalah humas yang melayani, mengawasi dan membentuk komunikasi yang baik dengan masyarakat agar permasalahan yang ada di masyarakat bisa diketahui dan informasi yang dibutuhkan masyarakat bisa terpenuhi. Hal ini sangat bermanfaat untuk kemajuan pemerintah kota Padang dan masyarakat kota Padang kedepannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar Arifin. 2003. *Ilmu Komunikasi (Sebuah Pengantar Ringkas)*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Arni Muhammad. 2000. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta :Bumi Aksara.
- Arni Muhammad. 2005. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta :Bumi Aksara.
- Beard, Mike. 2004. *Manajemen Departemen Public Relations*. Jakarta : Erlangga.
- Bonar. 2003. *Hubungan Masyarakat Modern*. Jakarta :PT. Rineka Cipta.
- Burhan Bungin. 2005. *Analisis Penelitian Data Kualitatif*. Jakarta :PT. Raja Grafindo Persada.
- Coulson, Colin and Thomas. 2006. *Public Relations (Pedoman Praktis untuk PR)*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Gregory, Anne. 2002. *Public Relations Bahan Praktik*. Jakarta : Erlangga.
- Hafied Cangara. 2002. *Pengantar Ilmu Komunikasi* . Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Hafied Cangara. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Hafied Cangara.2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta :PT. Raja Grafindo Persada.
- Hamdan Adnan dan Hafied Cangara. 2006. *Prinsip- prinsip Hubungan Masyarakat*. Surabaya :Usaha Nasional.
- Jefkins, Frank. 2003. *Public Relations*. Jakarta : Erlangga.
- John Tondo Widjojo. 2002. *Dasar dan Arah Public Relations*. Jakarta :PT. Gramedia. Widiasarana Indonesia.
- Linggar Anggoro. 2005. *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aflikasinya di Indonesia*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Maria A. Rumanti. 2005. *Dasar –dasar Public Relations. (Teori dan Praktik)* Jakarta :PT. Raja Grafindo Persada.

- Mcquail, Denis. 2007. *Teori Komunikasi Massa (Suatu Pengantar) edisi kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, J. Lexy . 2007. *Metodology Penelitian Kumulatif*. Bandung ;PT. Remaja Rusdakarya.
- Morissan.2008. *Manajemen Public Relations (Strategi Menjadi Humas Profesional )*. Jakarta :Prenada Media Group.
- Muhammad Mufid. 2005. *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*. Jakarta : Prenada Media.
- Onung Uchjana Effendi. 2002. *Human Reletion dan Public Relations dalam Manajement*. Bandung : Mandar Maju.
- Peraturan Daerah Kota Padang . Nomor 32 Tahun 2008 tentang penjabaran tugas pokok dan fungsi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang.*
- Rokhajat Harun dan Sumarno. 2006. *Komunikasi Publik Sebagai suatu Pengantar*. Bandung: Mandar Maju.
- Rosady Ruslan. 2005. *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi (Konsepsi dan Aplikasi )*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Rosady Ruslan . 2004. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi* .Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Widjaja. 2007. *Komunikasi , Administrasi, Organisasi dan Manajement Dalam Pembangunan*. Jakarta :Bumi Aksara.
- Widjaja. 2003. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta : BUmi Aksara.
- WWW. Hariansinggalang. CO. ID. 07 Januari 2009.
- WWW. Google. CO. ID. 17 Februari 2009.